

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN. La importancia y significación del PANTONE 375 como color de la Municipalidad de Guatemala dentro de su imagen institucional.

ESTRATEGIA. Diseño de material informativo y editorial para la Hermandad de Jesús Nazareno de las Tres Potencias y Virgen de Dolores.

PROYECTO DE GRADO

LUIS OSBERTO JUÁREZ RODRÍGUEZ
CARNET 12357-05

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, FEBRERO DE 2016
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN. La importancia y significación del PANTONE 375 como color de la Municipalidad de Guatemala dentro de su imagen institucional.

ESTRATEGIA. Diseño de material informativo y editorial para la Hermandad de Jesús Nazareno de las Tres Potencias y Virgen de Dolores.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR

LUIS OSBERTO JUÁREZ RODRÍGUEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, FEBRERO DE 2016

CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIAN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. MARÍA DEL ROSARIO MUÑOZ GÓMEZ DE ALEGRÍA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. PATRICIA DEL CARMEN VILLATORO CASTILLO DE PAZ
LIC. JENNIFFER CAROLINA VALVERT IBARRA DE BENDFELDT
LIC. RODRIGO TEJADA RUBIO



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.0043

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los siete días del mes de Noviembre
de dos mil quince.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **JUÁREZ RIDRÍGUEZ, LUIS
OSBERTO** , con carné **1235705**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración
de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).

Mgtr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación

Mgtr. Gustavo Ortiz
Asesor Proyecto Digital

Mgtr. Christian Montenegro
Asesor Proyecto de Estrategia



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 03425-2016

Orden de Impresión

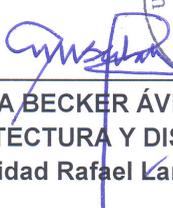
De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado del estudiante LUIS OSBERTO JUÁREZ RODRÍGUEZ, Carnet 12357-05 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0316-2016 de fecha 9 de febrero de 2016, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

- INVESTIGACIÓN. La importancia y significación del PANTONE 375 como color de la Municipalidad de Guatemala dentro de su imagen institucional.
- ESTRATEGIA. Diseño de material informativo y editorial para la Hermandad de Jesús Nazareno de las Tres Potencias y Virgen de Dolores.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADOR GRÁFICO en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 15 días del mes de febrero del año 2016.




MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar



1. Introducción	1
2. Planteamiento	2
3. Objetivos de investigación	4
4. Metodología	5
4.1 Sujetos de Estudio	5
4.2 Objetos de Estudio	7
4.3 Instrumentos	7
4.4 Procedimientos	8
5. Contenido Teórico y Experiencia desde Diseño	9
Identidad corporativa	12
Manual de identidad corporativa	14
Pantone	29
Color verde	33
Manual de identidad gráfica Muni	37
6. Descripción de Resultados	43
7. Interpretación y Síntesis	57
8. Conclusiones	68
9. Recomendaciones	70
9. Referencias	71
10. Anexos	73



RESUMEN

La aplicación correcta del color junto a una tipografía legible y el uso de elementos gráficos adecuados ayudan a que la imagen de una empresa o institución pública sea exitosa. El uso del color PANTONE como parte de la imagen corporativa, aporta a la aplicación correcta del color en todos los materiales los cuales están estipulados en el manual de identidad. Una de las instituciones públicas que ha manejado el uso del color y es perceptible por los capitalinos y visitantes es el de la Municipalidad de Guatemala. Durante la administración del Alcalde de la Ciudad Alvaro Arzú ha logrado posicionar el PANTONE 375 C como el color oficial de esta institución. Logrando desde hace más de 10 años mantener una línea de comunicación basada en el color PANTONE 375 C llegando al punto de nombrar un nuevo color como “Verde Muni”. Por lo cual se realiza esta investigación para documentar el proceso y significación del color PANTONE 375 C como color institucional de la Municipalidad de Guatemala.





PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Serrats (2006) describe que la marca junto con la identidad gráfica hacen un elemento diferenciador que reflejan los elementos intangibles como lo único, intangible, valores agregados y filosofías de la empresa. Hernando (2007) dice que la evolución de imagen de una empresa debe de ser sutil o radical. Los cambios pueden ser por el logotipo, color y tipografía. Por ejemplo el cambio de color debe darse paulatinamente, para no perder el reconocimiento y atención del grupo objetivo. Por ello la importancia del color en una marca hacen de vital importancia la aplicación de la paleta de PANTONE la cual es reconocida mundialmente, generando lineamientos únicos de color para la marca.

Según Ferrera (2012) el sistema de paleta PANTONE se utiliza para identificar de una manera más precisa un color a nivel internacional. Por medio de una pantonera,

(colores impresos en papel con un código) muestra los diferentes colores los cuales pueden ser identificados por medio de su código y visualizados por medio de las diferentes impresiones.

En Guatemala un ejemplo de la aplicación del color como parte de identidad de marca o institución son los partidos políticos, usando un color o varios colores específicos para ser reconocidos. Razón por la cual la imagen que comunica una institución pública políticamente es crucial. Ya que muchos políticos han querido dejar una marca durante sus gobiernos en donde incluyen sus nombres o el uso del color de sus partidos políticos en cada obra que ejecutan.

Esto se puede analizar comparando la actual administración de Mixco y Villa Nueva. Donde el Alcalde Otto Pérez Leal de Mixco utiliza naranja y azul en toda su comunicación, teniendo una contradicción con el color amarillo de la bandera del municipio. Y el Alcalde de Villa Nueva Edwin Escobar que ha utilizado el celeste, que es un color que tiene el escudo Villanovano.

Cada uno de los municipios del departamento de Guatemala cuentan con un escudo municipal, que los identifica como municipio.





El escudo municipal de la Ciudad de Guatemala según el historiador Walter Gutiérrez, ha sido heredado por la corona a la ciudad y por decreto Municipal no puede cambiar. Y ha sido el único elemento visual que por generaciones se ha utilizado.

Muniguate (2013) describe que durante los últimos 10 años la Municipalidad de Guatemala en el período del Alcalde Álvaro Arzú Irigoyen, quien ha marcado la historia política de Guatemala ha propuesto una nueva imagen institucional, utilizando el escudo con la palabra “Cumple” y el PANTONE 375C el cual ha tenido un gran uso en todos los materiales.

La Municipalidad de Guatemala cuentan con un manual de identidad gráfica donde especifica el uso del color, aplicado como marca institucional. Asimismo la codificación del PANTONE en las diferentes pinturas del Transmetro y del Edificio Municipal.

Se cuenta con el apoyo del Señor Alcalde Álvaro Arzú y Comunicación Social, quienes tienen todo el material de uso de identidad gráfica de la Municipalidad, documentos y estudios del PANTONE 375C. Y material con el uso correcto del PANTONE aplicado en pinturas de buses, paredes, serigrafías, plásticos entre otros.

Razón por la cual esta investigación aporta al diseño gráfico guatemalteco ya que en ninguna institución pública se ha logrado reconocer por medio del color a los diferentes vecinos y visitantes de la ciudad con una comunicación clara utilizando el color verde como parte de la identidad de marca. Siendo reconocido el Pantone 375C por los vecinos de la ciudad como “Verde Muni”.

Ante lo anteriormente analizado se plantea las siguientes interrogantes:

¿Cuál fue el proceso de selección y uso del color PANTONE 375C ?

¿Cuál es la importancia y significación del uso del PANTONE 375C dentro de la imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala?



OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Documentar el proceso de selección del PANTONE 375C como color identitario Municipalidad de Guatemala y su significación.

Analizar el uso del color PANTONE 375 C dentro de la Municipalidad de Guatemala que permite una identidad institucional.

4

METODOLOGIA

4.1 SUJETOS DE ESTUDIO

La selección de los sujetos de estudios se realiza por ámbito ya que fueron parte del proceso de selección del color y son personas que con experiencia en el tema. Aclarando el proceso de selección del color, aportando información y conocimiento en el uso y aplicación del PANTONE y su significación como color institucional de la Municipalidad de Guatemala.

Álvaro Arzú

Alcalde de la Ciudad de Guatemala

Ha sido el político con más trayectoria en Guatemala, siendo elegido 5 veces Alcalde de la Ciudad de Guatemala y Presidente de la nación. Como Alcalde los últimos cuatro períodos se ha notado un cambio de imagen en esta institución pública.

Durante su período como alcalde en el año de 2007 propuso el uso de un color oficial para la Municipalidad de Guatemala y quien fue parte de la toma de decisión final del PANTONE 375C.

En la entrevista aportó detalles de cómo surge la iniciativa del uso del color y así poder ser reconocidos por los vecinos de la ciudad como autoridad municipal, en donde por medio de experiencias e imágenes documentar el proceso de selección del color y como a la fecha el color ha sido parte del gobierno municipal.



María José Salas

Directora de Comunicación Social de Empagua

Licenciada en Comunicación y Publicidad. Ella fue parte del equipo que ejecutó la campaña Tú eres la ciudad.

Fue Directora de Comunicación Social de la Municipalidad en el período que se eligió el PANTONE 375C y fue la encargada de ejecutar la comunicación institucional utilizando manuales de identidad para el uso correcto del color.

Aportando información de cómo fue el cambio de la imagen institucional en el año 2004 cuando Álvaro Arzú le solicitó el uso del color verde en la imagen institucional. Documentando las problemáticas del uso y aplicación del color en las diferentes materiales de identidad y piezas de comunicación de la Municipalidad de Guatemala.

Paola Recinos

Diseñadora de la Municipalidad de Guatemala

Licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad San

Carlos de Guatemala. Ha trabajado durante 10 años en la Municipalidad como diseñadora gráfica y ha sido parte de las diversas campañas y cambios que ha tenido esta institución durante este tiempo.

Ella fue la diseñadora de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala y encargada del estudio de la significación del color, análisis de aplicaciones de las diferentes tintas y materiales donde se usaría el PANTONE 375C

Personas encuestadas

La muestra es de 100 personas adultas entre 18 y 60 años de edad, de ambos sexos, que viven en Ciudad de Guatemala y municipios aledaños. Quienes por medio de encuestas aportaron información del impacto y percepción del color 375 C como color institucional de la Municipalidad de Guatemala, su conformidad o inconformidad con la aplicación del mismo y resultados de significación. Se les abordó el tema del color verde su identificación, percepción y opinión del PANTONE. Siendo un sondeo con muestra aleatoria en Universidad Rafael Landívar, paseo de la sexta y colonias cerradas.





4.2 OBJETOS DE ESTUDIO

No aplica la información se obtuvo de los sujetos de estudio, ya que al analizar los materiales gráficos se concluye que todos tienen la aplicación del PANTONE 375C.

4.3 INSTRUMENTOS

Se realizó 3 diferentes guías de entrevistas a tres personas individuales. Cada guía con diferentes interrogantes para quienes proporcionarán la información necesaria cada uno en su área de experiencia para determinar como fue el proceso, percepción y aplicación del color PANTONE 375C como color institucional de la Municipalidad de Guatemala.

La primera guía de entrevista fue realizada para el señor Alcalde Alvaro Arzú, en donde proporcionará información del proceso de selección y como tomó la decisión de elegir el PANTONE 375C

La segunda guía de entrevista fue realizada para María José Salas quien fue la directora de Comunicación Social

proporcionando información del trabajo de integración del color en la imagen institucional y la coordinación entre la diseñadora y el Alcalde.

El tercer instrumento realizado a Paola Recinos quien fue la diseñadora gráfica dando información de su aporte en la experiencia de diseño y como logra resolver el problema de aplicación del color en una institución pública realizando los manuales de identidad. Ver anexo Pag 73

Se realizará una encuesta a 100 hombres y mujeres con un rango de edad de 18 a 60 años que viven en las diferentes zonas de la ciudad y municipios aledaños con el fin de poder ver cual es la percepción y opinión del color PANTONE 375 C, color institucional de la Municipalidad de Guatemala. Ver anexo Pag. 77

4.3 PROCEDIMIENTO

Como primer paso se realizó el **planteamiento del problema**, logrando identificar interrogantes que llevaron un tema a investigar. Al tener el tema establecido se realizaron los **objetivos de investigación** los cuales guiaron las acciones para ejecutar la investigación. Seguido por la **metodología** que permitió identificar, entrevistar y encuestar a los **sujetos de estudio** por medio de diferentes **instrumentos**.

Luego se recopiló toda la información necesaria relacionada al tema por medio del **contenido teórico y experiencias de diseño**. Iniciando la elaboración de los instrumentos para recopilar la información de los sujetos de estudio, seguido por la **descripción de resultados** de las guías de entrevista y la encuesta. Para lograr así una confrontación de información desarrollando la **interpretación y síntesis**. Llegando a la parte de **conclusiones y recomendaciones**. Se listaron las **referencias** adjuntando los **anexos** donde va los instrumentos realizados. Para concluir con la realización de la **introducción**, e índice para finalizar con la presentación final del documento.



5

CONTENIDO TEÓRICO Y EXPERIENCIA DE DISEÑO

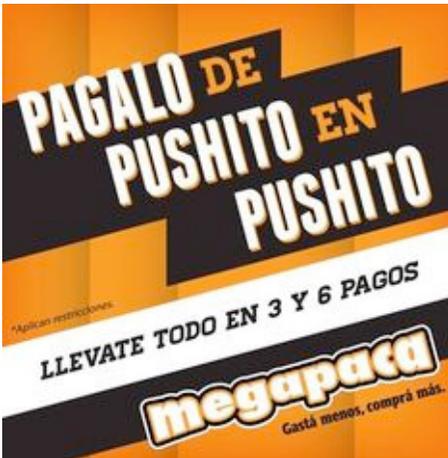
DISEÑO DE IDENTIDADES

La identidad se observa en una empresa en las tarjetas de presentación, hojas membretadas, sobres, uniformes, señalización, rótulos, material de marketing y otros materiales de comunicación. El diseño de identidad se divide en dos: identidad corporativa e identidad de marca. La identidad corporativa se observa en diseño de empresas y negocios. La identidad de marca se basa en el contacto que persuade directamente a los consumidores. En ambos casos es importante e influyente el diseño gráfico porque genera representación tangibles de valores intangibles de servicios, productos y organizaciones independientemente del tamaño de la misma esto según Escofet (2002).



En la imagen se observa la evolución del logotipo manteniendo rasgos pero sobre todo el color de Coca-Cola, siendo emblemática para el consumidor. Así como la identidad corporativa donde la unidad de comunicación se ve reflejada en la botella, el logo pero sobre todo el color.





www.megapaca.com



www.megapaca.com

Megapaca es una empresa guatemalteca que ha crecido de una forma muy potencial y se caracteriza por sus campañas creativas utilizando las frases chapinas, pero un elemento de identidad de la marca es el uso del color naranja en todo su material de identidad corporativa como publicitaria.





FACEBOOK
en tu celular
sin INTERNET

Postea, chatea, recibe alertas de cumpleaños,
comenta y mira noticias.

¡Disfrútalo ya!
MARCA *325# + SEND

Aunque Tigo ha modificado su logo en diferentes ocasiones, el color azul de la compañía de telecomunicaciones siempre lo ha mantenido, diferenciados de la competencia de claro que es rojo y movistar que es verde. Manteniendo un línea de comunicación alrededor del color azul.

¿Te quedaste sin saldo?

Tigo
te presta

Marca *123# opción 5 y elige entre:

- Adelanto de saldo
- Paquetitos de:
 - Minutos
 - Mensajitos
 - Navegación

que podrás pagar en tu próxima recarga

www.tigo.com.gt



IDENTIDAD CORPORATIVA

Según Costa (2009) las experiencias visuales son en su mayoría las percepciones que se tienen del mundo las cuales envuelven las formas, los colores, imágenes que tiene la capacidad expresiva y plástica de comunicación simbólica de los signos de las misma naturaleza. El sistema de identidad corporativa es la comunicación que incorpora, todas las estrategias globales de una empresa, expresando sus manifestaciones, propiedades, productos y actuaciones. La identidad se basa en el “sistema” el cual consiste en la comunicación de unidad de estilo que se logra con la aplicación repetitiva de algún elemento gráfico en este caso el color; utilizados sistemáticamente a través del tiempo, teniendo como base el imaginario colectivo presentado en los materiales impresos.



www.coca-colacompany.com

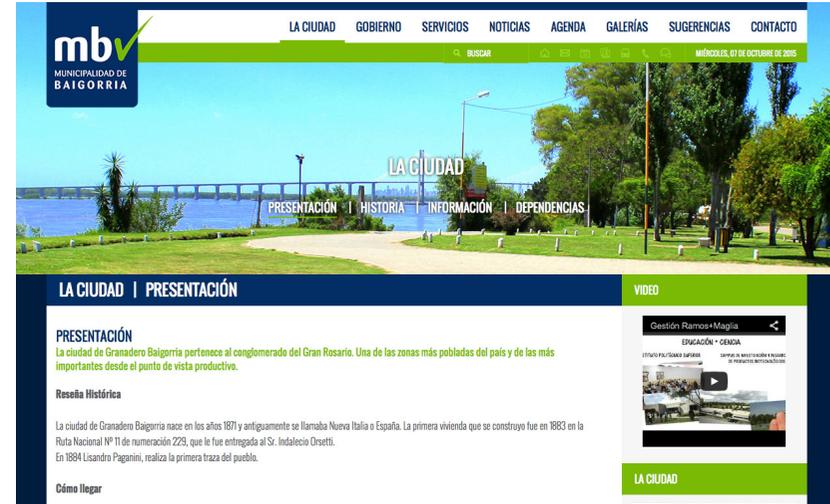


<http://vanara.es/disenio-grafico-identidad-visual-corporativa/>

La identidad de marca también se ve reflejado en el branding, se utilizó la misma imagen de marca Coca-Cola para ver el punto focal de sus campañas como de sus empaques, transportes, promociones, etc. que es el color Pantone DS75 1C. rojo Coca-Cola.



El Pantone 7625C corresponde a la marca de Colgate, utilizando este color como imagen corporativa e institucional siendo este color el elemento repetitivo impreso en los diferentes materiales y campañas publicitarias.



www.baigorria.gov.ar/

Un ejemplo de identidad corporativa es la que utiliza la Municipalidad de Baigorria, Argentina. Al ver toda la imagen institucional como la página web, artes gráficos, logotipo, uniformes y promocionales se observa una unidad de color verde y azul. Colores muy similares a las de la Municipalidad de Guatemala.



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Según Villafañe (2008) este es un instrumento importante en la gestión de la comunicación interna y externa de las grandes y pequeñas empresas este contiene todas las bases y estrategias visuales y los planes de comunicación. Los componentes son:

1.Introducción.

Presentación e índice.

Características, definiciones y uso del manual.

2.Definición de las constantes universales de identidad.

Símbolo, logotipo y logosímbolo.

Versiones del logosímbolo y pautas de construcción

Colores y tipografías corporativas

Uso incorrectos.

3. Sistemas de aplicaciones

Impresos corporativos.

Publicaciones.

Publicidad y merchandising.

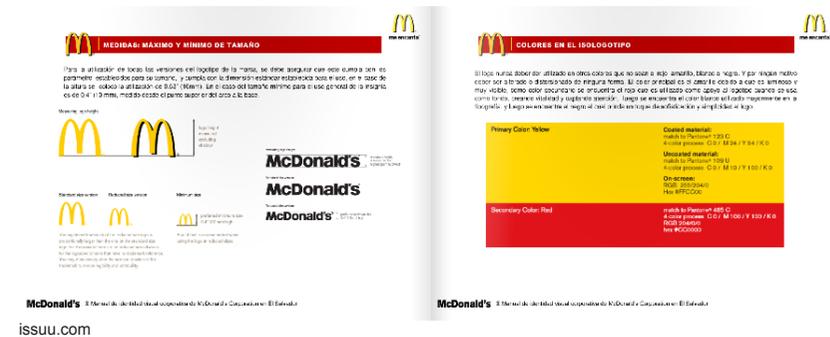
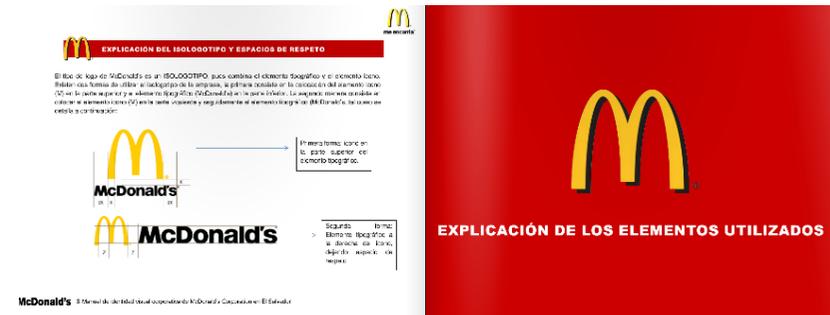
Uniformes

Señalética

Vehiculos.

Material de reproducción y control de colores.

En el manual Macdonald's destaca la aplicación del color. Tanto en positivo como el negativo, siempre reconociendo por medio del Pantone 123 la marca de Macdonald's. Siendo este pantone una marca registrada en la compañía Pantone. Se observará el manejo de la marca en papelería, uniformes, señalización, publicaciones, y rótulos luminosos.





TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Esta es el uso de la familia tipográfica en la comunicación interna, comunicación externa, señalética etc.

Se colocan todas la familia, en bold, light, cursiva etc. y los diferentes uso de color corporativo.

También hay usos de tipografía secundaria.

<p>Baufra</p> <p>UNIVERSIDAD DE</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin quis varius ligula. Aenean vitae neque in ipsum blandit volutpat quis in nunc.</p> <p>Proin quis fermentum turpis. Mauris eros metus, tempor ac semper vel, sagittis at nulla. Fusce rutrum convallis arcu sit amet aliquam. Donec convallis tristique viverra. In hac habitasse platea dictumst. Donec posuere, libero at elementum faucibus, erat urna placerat lorem.</p> <p>1234567890</p> <p>www.universidadlasalle.com.co</p>	<p>Futura LT BT</p> <p>LA SALLE</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin quis varius ligula. Aenean vitae neque in ipsum blandit volutpat quis in nunc. Morbi tristique ligula nec.</p> <p>Proin quis fermentum turpis. Mauris eros metus, tempor ac semper vel, sagittis at nulla. Fusce rutrum convallis arcu sit amet aliquam. Donec convallis tristique viverra. In hac habitasse platea dictumst. Donec posuere, libero at elementum faucibus, erat urna placerat lorem.</p> <p>1234567890</p>
---	--

Las dos fuentes tipográficas del logotipo son: la primera es Baufra DemiBold, es una tipografía sans-serif, y la segunda es Futura Lt BT, tipografía sans-serif.

COLORES CORPORATIVOS

El color corporativo, se define por un Pantone y su aplicación en todos los tipos de impresión, CMYK, RGB y el PANTONE. Utilizando también pantones secundarios, para el uso de la comunicación interna y externa.

PANTONE: 130C PANTONE: 130U	C.M.Y.K: 0.32.100.0	HTML: F2A900	R.G.B: 242.169.0
PANTONE: 540C PANTONE: 540U	C.M.Y.K: 100.57.12.66	HTML: 003057	R.G.B: 0.48.87

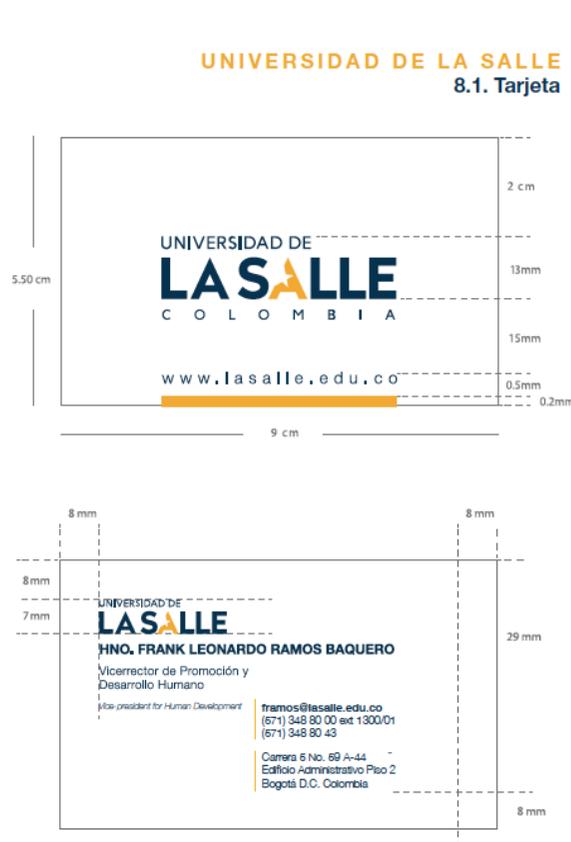
La paleta de color está compuesta por Azul (Pantone: 540C) y Amarillo (Pantone: 130C). Cuando este el logotipo siempre debe de estar presente ambos colores, ya sea impreso o en pantalla. Cuando sea a un color se bedo considerar el uso de escala de grises.



PAPELERÍA INSTITUCIONAL

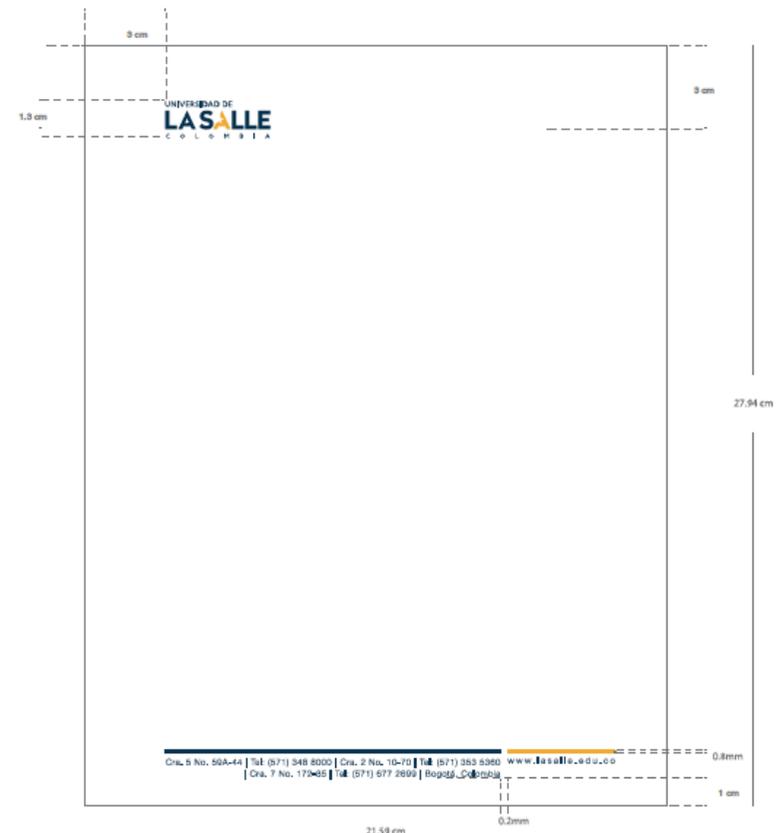
En esta área se establece la línea gráfica de comunicación el material a utilizar formato y tipo de impresión. En esta se encuentra, las tarjetas de presentación, sobres, facturas, etc.

En la papelería se especifica, las medidas el uso de la tipografía y los colores, el material donde será impreso y los textos variables de cada documento. En esta parte se realiza la papelería necesaria que necesite la empresa.



Tarjeta de Presentación

Hoja membretada

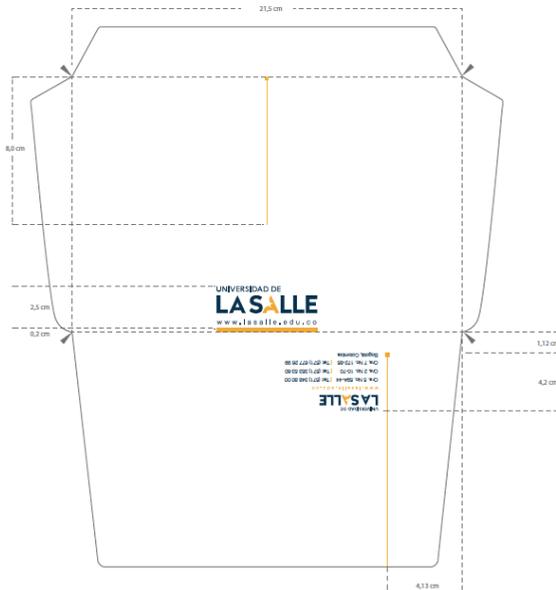


www.universidadlasalle.com.co



Sobre Membretado

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
8.4. Sobre Tipo B



www.universidadlasalle.com.co

AUTOMÓVILES

Según Bejarano (2015) el diseño de automóvil es la forma de utilización de la imagen según las normas que acá se establece, tiene que ir ligado a la marca.

Los siguientes ejemplos son de una empresa de seguridad quienes tienen equipo relacionado con los equipos de la Municipalidad de Guatemala y poder ejemplificar mejor el tema.



Fuente de imagen: www.dspace.espol.edu.es

Los vehículos deberán ser blindados y de color blanco, debe llevar el logotipo en el capó, puertas y vidrio trasero. Según Dspace (2008).

SEÑALÉTICA

Costa (2008) indica que la señalética es la disciplina que se orienta en la comunicación ambiental, permitiendo que los individuos se orienten y tengan la información necesaria de un lugar específico. Comunicando no solo con diseño gráfico, sino con arquitectura, iluminación, organización de los servicios como en el lugar de acción. Esta puede estar compuestas por textos, símbolos, colores, etc. Que permiten su fácil identificación.

Esta debe de tener las característica de simbología internacional y que la tipografía sea legible como el color ayude a su fácil visualización en unidad con la línea gráfica de comunicación sea clara con el diseño.



www.dspace.espol.edu.es



UNIFORMES

El uniforme sirve para diferenciarse de la competencia, dar confianza a los clientes y comunicar la identidad. Los uniformes pueden proyectar una imagen consistente y unificada para las compañías que interactúan constantemente con el público. Éstos permiten que los consumidores identifiquen rápidamente a los empleados o encargados, además les permiten a las empresas tener un control sobre la forma de vestir de su equipo.

Una investigación realizada por la Universidad de Suffolk, Inglaterra, confirma que los uniformes son una herramienta más eficiente para llegar al cliente.

En el estudio, realizado a más de 206 empresas de 14 áres distintas, los resultados descaron al uso de uniforme corporativo como herramienta de marketing, incluso por sobre los medios de comunicación como internet, prensa, radio, TV y publicidad tradicional.

Muchas veces los uniformes se bordan o parchan con el logotipo lo cual es una muy buena idea. Además, los colores institucionales deben ser resaltados en los colores de la telas de los uniformes. Según SoyEtrepreneur (2013).



Este uniforme de la empresa FESP de seguridad es utilizado por el equipo de trabajo de la empresa con una camisa celeste con tiras azul marino en los hombros, corbata azul eléctrico, con el imalogotipo bordado a colores en el hombro derecho, pantalón y gorra de oficial en azul marino y zapatos negros. El uniforme de los custodios o guardaespaldas será un terno azul marino, camisa celeste y corbata azul eléctrico. Los dos uniformes llevarán una placa metálica con el isologo en alto relieve, según Dspace (2008)

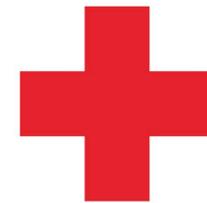
El color dentro de la identidad corporativa y de marca tiene una gran relevancia ya que permite destacar cada una de las diferentes empresas o instituciones de la competencia logrando posicionar un Pantone específico para cada una de los diferentes diseño. Por lo cual se desarrollará una investigación del color, desde el color como marca hasta la significación del verde.

EL COLOR COMO MARCA

Ambrose y Harris (2010) afirman que el color es una gran herramienta de comunicación que logra captar la atención y hacer que la marca destaque logrando tener una apariencia más atractiva y siendo el color la referencia de identificación de un producto o servicio. El buen uso del color aumenta la comunicación más si es sutil enfatizando lo necesario. Cuando el color llega a ser la prioridad de la imagen esta llega a convertirse en la marca del producto o servicio.

Más que destacar con color un texto, el color es más comunicativo transmitiendo significados simbólicos culturales. Dependiendo la cultura el léxico cromático cambia, de modo que el diseñador debe conocer y estudiar

al grupo objetivo para determinar la elección de color y significado. Por ejemplo en la cultura occidental el blanco es color de matrimonio y el negro a muerte, mientras que en otros países es lo contrario. Por ello comprender las asociaciones culturales el uso de color puede ser utilizado en la comunicación como marca.



**Cruz Roja
Guatemala**
www.cruzroja.gt

Siempre que se vea una cruz roja, se reconoce la entidad encargada de la salud. Este es un icono reconocido a nivel mundial, sobresaliendo el color rojo que lo hace diferente a los otros proyectos de ayuda en salud.





SELECCIÓN DEL COLOR EN LA IDENTIDAD

Según Gulliveria (2015) el color incrementa el reconocimiento a un 80%, donde el color debe tener una connotación en el entorno social-cultural al que se pertenece, las preferencias individuales y sus efectos por el proceso de la percepción del ojo.

Gallardo, Puig, Asensio (1997), concluyen que el uso del color juega un papel importante en el diseño, estudiando una correcta utilización que permitirá al grupo objetivo ser sensible a las combinaciones cromáticas.

Para generar diseños modernos, innovadores generalmente para jóvenes se debe utilizar los colores brillantes los cuales resaltan a la vista.



articulo.mercadolibre.com.co

Nike se ha destacado por el buen uso de color en sus diferentes diseño tanto en sus tenis como en sus campañas, logrando atraer la vista de su grupo objetivo.



simplebooklet.com

Para productos industriales, sofisticados fiables y de calidad se recomienda el uso de colores suaves. Los oscuros no dan confianza y serenar la mirada.

El uso de colores de fondo siendo estos positivos o negativos pueden sentirse condicionados por lo que se debe de evaluar.



www.ideal.es

En el ejemplo anterior se observa como el morado y azul se pierde con el fondo en negativo.

El uso del color en el diseño gráfico puede generar una atracción o repulsión por la emociones que este pueda transmitir.



www.eldiariodecoahuila.com.mx

Que un diseño sea efectivo no depende del uso de colores que este utilice, una gama de grises puede ser apropiada para transmitir un mensaje de calidad.



www.digicert.com



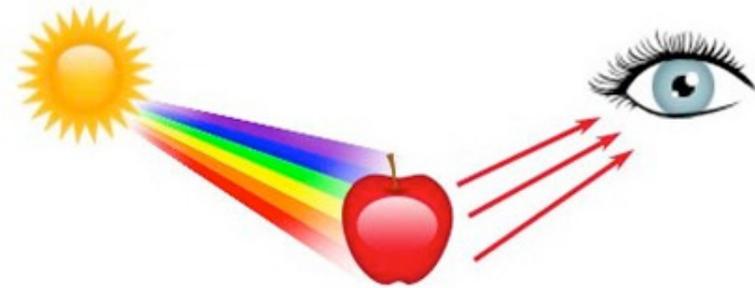


Por las aportaciones que da el color al diseño gráfico es importante reconocer y saber el proceso de percepción del color, su inicio y combinaciones en el círculo cromático para el mejor uso del mismo.

PRINCIPIOS DEL COLOR

Wong (2007) habla que el cerebro recibe la información del sistema óptico que interpreta el color por medio de la luz. La iluminación determina el estándar de percepción del color que puede ser determinado por el sol que es la principal fuente de iluminación natural. Dependiendo la fuente de iluminación ya sea natural o artificial el color puede tener cambio ya que estas dos fuentes lo puede modificar. Recubriendo con pigmento se puede modificar el color de un objeto.

Al utilizar plantas o minerales o ya sea luces de colores artificiales pueden crear cualquier color. Haciendo varias presentaciones para la disposición de los pigmentos como lápices, crayones, crayones pastel, acuarelas, tintas, pintura acrílica, oleos etc.



<http://blogfotografiaparprincipiantes.blogspot.com/2012/08/teoria-basica-de-iluminacion.html>

En este ejemplo se observa el proceso en el cual el ojo observa el color de los objetos mediante la luz natural.

COLORES LUZ

Según León (2003) la luz que pasa por un prisma o por gotitas de agua se distribuye en diferentes longitudes de onda, componentes de la luz. Cada una es percibida como un color. El espectro visible es el arcoíris tiene 7 colores: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, índigo y violeta.

COLORES PIGMENTO

Los pigmentos son sustancias que poseen color propio y son añadidos a pinturas, tintes, crayolas. La clorofila de las plantas es un pigmento verde. Los pigmentos absorben ciertas longitudes de onda de la luz y difunden otras. Las que difunden son las que vemos.

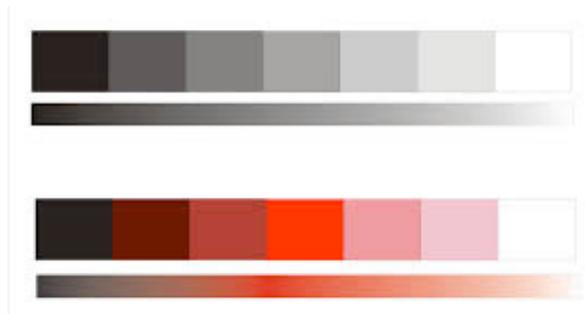


COLORES CROMÁTICOS:

Según Wong (2007), cuando se piensa en color lo primero que se recuerda es en el espectro que puede observarse en el arco iris. Separándolos de los colores neutros que no forman parte de esta categoría como los son el blanco y el negro que también se denomina colores acromáticos

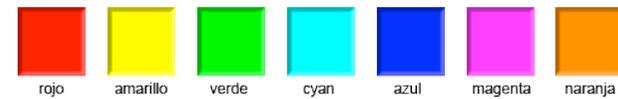
Todo color cromático puede describirse de tres modos.

Valor: Es el grado de oscuridad o claridad de un color. Se puede clasificar un color más claro u oscuro para describir la cantidad de pigmento blanco o negro que pueda tener. El valor puede ser manipulado para reducir a un mínimo o intensificarlos al máximo.



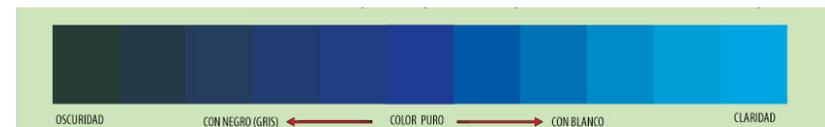
las7maravillasdelmundomundial.blogspot.com

El tono: Este atributo permite clasificar un rojo, de un amarillo y de un azul. La descripción de un tono será más precisa si se identifica el color y la inclinación de donde viene.



www.aulapc.es

Intensidad o saturación: este indica la pureza del color. Siendo estos los más brillantes y vivos observando la fuerte intensidad o colores saturados. Los colores débiles y apagados son los insaturados y contienen una alta proporción de grises.



adelossantos.wordpress.com



CÍRCULO CROMÁTICO

Ambrose y Harris (2010) lo define como una rueda con espectro cromático para explicar visualmente la teoría del color. El círculo muestra los colores sustractivos primarios, siguiendo de secundarios y terciarios utilizando proporciones iguales, mezclándolos entre si observando los colores adyacentes, complementarios, y análogos.

Clasificación de los colores:

Para clasificar colores se puede utilizar nomenclaturas que se basa en el grado del color, su pureza y la proporción de mezclas entre otros colores nos describe Gallardo, Puig y Asensio (1997).

Colores primarios son rojo, amarillo y azul. Estos no pueden ser obtenidos por medio de la mezcla de otros.

Colores secundarios: estos son el resultado de la mezcla de los colores primarios.

Verde: mezcla de azul y amarillo.

Anaranjado: mezcla de rojo y amarillo.

Violeta: mezcla de azul y rojo.

Colores intermedios, surgen de la mezcla de un color primario con un secundario. Azul - Violeta, Azul - Verde, Amarillo - Verde, Amarillo - Naranja, Rojo - Naranja, Rojo - Violeta.

Colores terciarios: Es la mezcla de colores secundarios.

Colores complementarios, So los colores del círculo cromático que están frente a cada color.

Amarillo – Violeta

Rojo – Verde

Azul – Anaranjado



Círculo Cromático

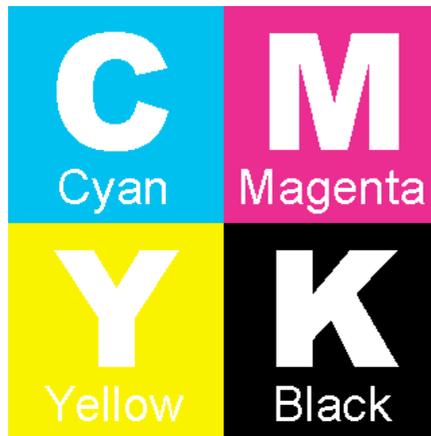
georgecuello.blogspot.com



CÓDIGO DEL COLOR

Kandinski, (1998) habla que para el diseñador gráfico es recomendable utilizar instrumentos como la carta de colores Pantone o ya sea el círculo cromático (si hay full color) para identificar la variedad de colores y hacer especificaciones técnicas de las mezclas.

Identificando el código de color PANTONE y su mezclas con el porcentaje de CIAN (C) AMARILLO (Y) MAGENTA (M) NEGRO (K) para obtener el color. En inglés las siglas son CMYK y en los colores digitales RGB.



webriti.com

151
215
0

Pantone Coated 375 C

Click the labels to copy the value onto the clipboard Copied to clipboard!

RGB	151, 215, 0	CSS	rgb(151, 215, 0);
HSL	78, 100, 42	CSS	hsl(78, 100%, 42%);
HSB	78, 100, 84	Hex	#97d700
CMYK	46, 0, 90, 0	Websafe	#99cc00

Se puede convertir el color PANTONE 375C en los diferentes códigos del color, esto con el fin de poder aplicar el color en materiales donde el Pantone no pueda aplicarse. Por ello es importante identificar el porcentaje de los colores.



PANTONE

Wong (2007) define el color Pantone como un sistema de códigos que describen los diferentes colores, estos utilizan letra y números o combinación de ambas.

Harris (2010), indica que estos son utilizados en todo el mundo y se utilizan cuando son colores específicos, es decir no los de la cuatricromía CMYK. Los muestrarios Pantone son despegables los cuales son referencia el valor del color. Y al momento del uso del color Pantone únicamente se puede dar el código del color para identificar dentro del muestrario Pantone. Los trabajos a dos colores generalmente se una negro más un color Pantone.

Para el uso del Pantone en el sistema de impresión se debe considerar el uso de un color PANTONE cuando este solo lleva un color, pero al considerar el uso de un full color como CMYK, se debe considerar un quinto color que será el color específico.

El beneficio del uso de color PANTONE es la fidelidad del color a un 100% manteniendo la unidad del color.



Esta es la presentación de una Pantone donde se observa el color y su respectivo código

LOS PANTONE COMO COLOR EXCLUSIVO

Hernando (2007) dice que hay colores que representan a una empresa en sí. Una de las principales marcas del mundo, Pantone, define el significado y el estándar de los colores, generando los códigos y definiendo el Pantone del año. Internacionalmente Pantone tiene el derecho de poder tener exclusividad del color en las diferentes marcas y empresas.

Sin embargo en países como Guatemala hay una ley que prohíbe patentar un color, esto se encuentra en la ley de Propiedad Industrial Artículo 1, 5, 6, 7 16, 18, 22, 22 y 24. En donde el color no puede ser sujeto a patentarse como marca.

INDUSTRIAS PANTONE

En el sitio de Pantone (2015) habla que la autoridad de renombre mundial Pantone LLC, es la encargada del sistema de color siendo líder en tecnología y comunicación. El nombre PANTONE® es conocido mundialmente como el lenguaje estándar para la comunicación del color. Esta empresa ofrece tendencias de color, ideas de color, uso exclusivo y personalizado del color, teniendo consultorías que ayudan a empresas a tomar decisiones del mejor uso del color en sus marcas o productos logrando así tener una mejor competencia.

En el mercado global el color es una herramienta para diferenciar y conectar. El Pantone Color Institute ofrece las herramientas necesarias generando ideas que informan la aplicación efectiva del color. Cuando el 80% de la experiencia humana se filtra a través de los ojos, se entiende que la elección del color es fundamental.



LAS APORTACIONES DEL COLOR

Según Gómez-Palacios (2011) el color como la tipografía pueden indicar una referencia específica de la marca al grupo objetivo creando una conexión inmediata, ya que el color es influyente en el diseño transmitiendo una gran variedad de emociones.

Mientas Gallardo, Puig, Asensio (1997), hablan de 5 aportaciones que el color ofrece al diseño gráfico.





1. Crea un impacto: es importante impactar la vista del espectador destacando por medio del color una llamada de atención, el cual intenta por medio de deslizar por encima de los objetos y elementos una pausa a lo que le interesa.



www.skyscrapercity.com

Los uniformes de los policia de tránsito de colombia permite que tenga un impacto visual y los conductores los puedan ver en cualquier momento.

2. Detener la mirada: Es importante lograr que la mirada tenga una pausa teniendo el tiempo suficiente para que el grupo objetivo decida ponerle mayor atención a las imágenes y textos que el diseño ofrece. Con el color se mantiene la atención.



vanishnolimpia.wordpress.com

Al llegar a la góndola del super en el área de jabones, la marca Vanish logra detener la mirada por el tono de rosado que utiliza y por destacar de las otras marcas.

3. Comunicar una idea: comunicar rápidamente una idea es el éxito del buen uso logrando utilizar colores sugerentes que permite llevar el mensaje publicitario o de servicio.



www.verema.com

Cuando se analiza la razón de los diferentes colores de las etiquetas de los whiskys se encuentra que estos representan los colores de las piedras de la realeza, logrando tener mayor precio el producto con mejor calidad y el color de la piedra más valiosa.

4. Despertar el interés: logrando la comunicación del color es importante que el grupo objetivo despierte un interés por la oferta o información que se le está transmitiendo, tratando de moverlo a la acción.



www.carloscuena.net

Al observar el color de fondo con una hamburguesa se logra entender que la marca es Macdonald's, y siguiendo la psicología del color. Este afiche despierta el apetito logrando tener una acción por medio del color.

5. Recordar el mensaje: si la acción no es instantánea, es importante que el grupo objetivo recuerde el contenido del mensaje, tratando que por medio del color el contenido gráfico sea fácil recordarlo.



es-la.facebook.com

Cada red social tiene un logo que lo diferencia pero sobre todo el color que lo hace ser más atractivo y poderlo recordar con mayor facilidad.





COLOR VERDE

Según Significados (2015) el color verde surge de la combinación del azul y amarillo, este color es muy variable según la luz natural o artificial en el que se vea.

Núñez (2014) indica que al usar una pizca de amarillo sobre el azul el verde se ve presente desde el primer momento, puede contener varios colores como blanco, negro, rojo, naranja, sin dejar de ser nunca verde.

Pantone 375 C



www.pantone.com

Este es el color oficial de la Municiplaidad de Guatemala, y representa a la institucion a nivel nacional como internacional.

Las características más importantes del color verde.

Es un color intermedio ya que no tiene connotaciones negativas o positivas. Se asocia con tranquilidad con lo agradable y la armonía. El verde por ser el color de la vegetación se asocia con la salud, esperanza, fertilidad

y lo venenoso. También es el color del dinero. Su color opuesto es el violeta que se considera lo menos natural.



Según Núñez (2014), este color es muy funcional, lo vemos en los semáforos, siendo de suma importancia. Dando el significado de dar luz verde a proseguir, o continuar. Esto se puede ver también en la Greencard que es la autorización de estar en los Estados Unidos.

En los hospitales el uso del color verde ayuda a dar tranquilidad a los pacientes. El uso de la vestimenta de los doctores de este color ayuda a que las manchas de sangre se vean marrón al contacto del color. Logrando un menor impacto en los pacientes.



lediagroup.com

Este color da un efecto de tranquilizante y equilibrio, por ello las paredes de un hogar por ello en la pizarras el verde de las pizarras ayuda a fijar la vista de los estudiantes.



www.notiuno.com

Si embargo la expresión de tiempo verde no se hace referencia a la primavera sino al desarrollo cultural y económico. En España se utiliza mucho el verde y el gobierno lo utiliza como expresión de la recuperación económica.



www.esadia.org

La esperanza verde surge de las semillas, estas significan la renovación después de un tiempo de carencia. El crecer y dar frutos.

CURIOSIDADES HISTÓRICAS DEL COLOR VERDE

Los uniformes de la Guardia Civil de España es verde, dadas a las características de campo de las tierras podían moverse tranquilamente en la vegetación utilizando las cualidades armoniosas y tranquilizantes propias del color.



www.guardiacivil.es

La iglesia es el color de todos los días, estableciendo una gama de colores litúrgicos que utilizan los sacerdotes siendo el verde el más modesto y elemental.



www.holyart.es





LOS COLORES EN LA SEGURIDAD

Según González (2015), un elemento primordial en la comunicación de la seguridad es el color, primordialmente en la seguridad vial ya que al no verse a distancia pueden ocurrir accidentes. El uso de colores evita el uso de palabras en las diferentes señalizaciones para poderlas identificar con facilidad como las de seguridad vial compuestas por formas, colores y símbolos.

Según sea el color de los diferentes uniformes de las personas y los objetos tienen un significado diferente.

El rojo significa peligro, prohibición, utilizado por los bomberos en incendios, botones de emergencia y peligro.



seguridadysaludenhospitales.wordpress.com

Amarillo: color de precaución, al combinarlo con raya color negro se utiliza en calles y puentes, seguridad con electricidad o señalización de áreas cerradas.



seguridadysaludenhospitales.wordpress.com

Verde: El color verde denota seguridad, utilizados por elementos de seguridad en excepción de los bomberos. Se utiliza para acceso a un lugar o espacio o puertas de emergencia.



seguridadysaludenhospitales.wordpress.com

Saber la información completa de la institución que ha logrado por medio del color tener una imagen institucional es de suma importancia. La Municipalidad de Guatemala por más de 11 años ha tenido una evolución de trabajo y comunicación.

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

Según Muniguate (2015) la municipalidad es el ente encargado ante el estado de la administración de un municipio, este es autónoma, es decir no depende del gobierno. Esta institución presta todos los servicios necesarios para la población que vive en el territorio, siendo, agua, drenajes, transporte, áreas verdes, recreación, pavimentación de calles etc.

La municipalidad es la encargada de la planificación, control y evaluación de desarrollo y crecimiento de su territorio. La descentralización de la Municipalidad permite que las 23 alcaldías auxiliares hagan el trabajo necesario en cada zona de la ciudad, logrando así una atención personalizada al vecino.

La Municipalidad cuenta con una serie de departamentos los cuales ven temas específicos, como Empagua, Emetra, Centro Histórico, atención al vecino, urbanística, Transmetro, Comunicación Social, Catastro, Obras, parques y áreas verdes, Medio ambiente entre muchos otros.

EL ESCUDO MUNICIPAL

Este escudo fue otorgado a la ciudad por la reina Doña Juana, el cual en el momento de la institución de Guatemala, la corona dio este regalo para poderla identificar. En la parte superior se encuentra Santiago a cuya devoción fue edificada la ciudad. En la parte inferior los volcanes con una en erupción y las cruces que simbolizan el cristianismo, los árboles que representan la vegetación, y el esfuerzo y victoria y las veneras (las conchas) representan a la orden de militares, y el camino de Santiago de Compostela.



imagen Comunicación Social





MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA MUNI

Comunicación Social es el departamento encargado de velar por la imagen institucional, campañas publicitarias, protocolos, comunicados, entrevistas, etc. referente a temas del Alcalde y de la institución.

Comunicación social en el año 2010, desarrolló el primer manual de Identidad Gráfica, en el cual integra todos los detalles con relación al uso del escudo municipal y del color institucional (PANTONE 375c.) tipografías (Helvética) y papelería, según entrevista con Lucia Ávalos.

Muniguate (2015) describe que durante los períodos del Alcalde Álvaro Arzú, se ha establecido el color verde como parte de la identidad de la institución. Y q ahora es el color oficial de todo el equipo y trabajo de la Municipalidad de Guatemala. En los años anteriores en el período de Fritz Gracias Galón (1999- 2003) el color oficial de la Municipalidad era rojo.

2004



El manual presenta el uso del escudo municipal como parte de identidad de la institución, siendo obligatorio el uso del color PANTONE 375C. Con los materiales.

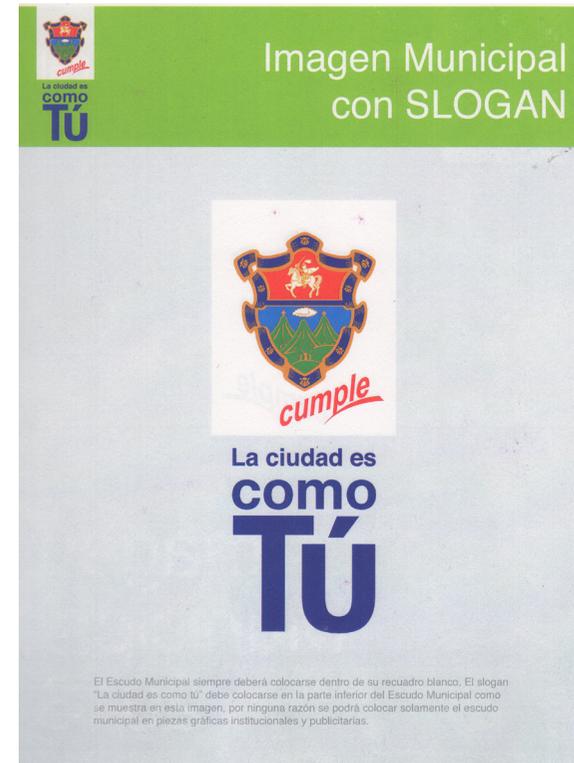


imagen Comunicación Social



Colores Institucionales



PANTONE 375C

C	45	R	116
M	0	G	185
Y	100	B	44
K	0		

El verde "Muni" es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

Solamente podrá utilizar el PANTONE 375 C cuando el material sea Impreso a 5 tintas.



PANTONE Blue 072 CVC

C	100	R	31
M	100	G	29
Y	7	B	108
K	11		

Aunque la paleta de colores permite usar un amplio espectro de opciones, se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde "Muni".

Manual de Identidad



Tipografía Principal Helvética

Helvética
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Oblique
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Bold Oblique
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light Oblique
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

HELVÉTICA es una tipografía "Palo seco", lo que hace sus rasgos muy legibles, incluso en la confección de texto seguido. El uso de esta tipografía es obligatorio en todas las publicaciones, puede utilizarse en sus diferentes versiones.

imagen Comunicación Social





Uso correcto del color en versión lineal del logotipo Municipal

PANTONE Blue 072 CVC	PANTONE 375C	GRIS
C 100	C 45	C 0
M 100	M 0	M 0
Y 7	Y 100	Y 0
K 11	K 0	K 50%

El logotipo Municipal podrá utilizarse en una versión lineal monocromática únicamente en los colores que se muestran en la parte superior y en negro.

Manual de Identidad

Uso correcto del Logotipo sobre colores institucionales

PANTONE 375C	PANTONE Blue 072 CVC	BLANCO
C 45	C 100	C 0
M 0	M 100	M 0
Y 100	Y 7	Y 0
K 0	K 11	K 0

Sobre **fondo verde** el logotipo no sufre ninguna modificación.

Sobre **fondo azul** el slogan debe colocarse en color verde para que resalte.

Sobre **fondo blanco** el recuadro del seguridad del Escudo Municipal desaparece, el slogan deberá colocarse en azul.

imagen Comunicación Social



fotografía: Luis Juárez R.



Uniformes





fotografía: Luis Juárez R.

Señalización



Vehículos



fotografía: Luis Juárez R.



6

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de los 3 sujetos de estudios y el sondeo que se realizaron por medio de guía de entrevistas permitieron recopilar la información establecida por medio de las preguntas las cuales a continuación se presentan las respectivas respuestas para documentar el proceso de selección del color y su significado dentro del manual de identidad. **Guía de entrevista**

Álvaro Arzú
Alcalde de la Ciudad

1. ¿Cómo surgió la idea del cambio de imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala?

Cuando regresé a la Municipalidad en el año 2004, me percaté de cifras, de accidentes de agentes de la PMT en la calle porque los conductores, no los veían, más en días

lluviosos y de noche, por lo que empezamos a investigar en otros países como Inglaterra y encontramos estudios que indican que amarillo es el color que más se ve a distancia por ellos es el color más utilizado por agentes de tránsito en el mundo. En aquel entonces en Guatemala no se podía fabricar todo tipo de tela en ese color ni todo tipo de impresiones, de hecho no todo tipos de impresiones digitales a la fecha le da el tono exacto, por lo que el más parecido que se encontró en el mercado nacional fue el verde lima. Poco a poco lo vecinos empezaron a asociar el color verde del trabajo municipal y se convirtió en un sello institucional.

Inglaterra



<http://www.inglaterra.ws/seguridad-en-inglaterra/>

Guatemala



ciudaddeguatemala.net

2. ¿Cómo fue el proceso de selección del color verde Municipal?

Como le comenté anteriormente la intención inicial el color era amarillo fluorescente, sin embargo el Guatemala no en todos los materiales se podía llegar a ese color y se empezó a trabajar con lo que había en el mercado nacional.

3. ¿Qué criterio se tomó para la selección del Pantone 375c?

Lo más apegado al amarillo que buscábamos, cuyo criterio principal es la seguridad por visibilidad.

4. ¿El color Pantone 375C está patentado como color exclusivo de la Municipalidad de Guatemala?

No, de hecho muchas Municipalidades del país lo han empezado a utilizar como San Lucas, Santa Catarina Pinula. En el caso de la Municipalidad de Guatemala este es institucional todas las dependencias lo usan en el caso de Santa Catarina pínula o Mixco lo usan para los PMT y el resto de los trabajadores utilizan un color distinto.

Santa Catarina Pinula



<http://www.carreteranews.com>

San Lucas Sac.



transito.gov.gt

5. ¿Quiénes conformaron el equipo de selección del color?

En ese caso el director de la PMT, y el equipo de comunicación social.

6. ¿Hay alguna relación con el uso del color verde y el partido al que pertenecía?

No, ninguna, de hecho el partido por el que yo me postulé recientemente tiene un símbolo de todos los colores. Y el color predominante de esta campaña fue azul.





7. Como Alcalde de la Ciudad ¿cómo tomó la decisión del uso verde y no un azul como el de la bandera de Guatemala?

Primero no puede ser el color que sea percibido nacional porque el gobierno municipal es local y sus funciones son dentro del territorio del Municipio de Guatemala. Por otro lado el gran porcentaje de nuestros colaboradores tiene trabajo de calle y están expuestos la mayor parte del tiempo y necesitamos que la gente los vea para que no los atropelle imagínese los trabajadores de limpia y verde que tiene que estar barriendo y los carros pasan a la par.



muniguate.com

8. ¿Qué impacto tuvo el color en los primeros años de uso?

Para mucho fue chocante, pero cada modificación que hemos hecho a los uniformes municipales causa comentario de todo tipo, lo importante es que a partir de ese momento se redujo considerablemente la cantidad de accidente que sufría el personal.

9. ¿Por qué los agentes de policía usan un color amarillo y no el verde?

Porque la tela con lo que están hechos los chalecos de los PMT si están disponibles en el tono de amarillo que necesitábamos. Sin embargo en otras telas aun es muy difícil usar el tono exacto, y el más parecido es el verde lima. Por ejemplo la pintura automotriz para el transmetro no se conseguía en amarillo por lo que se usó verde.



fotografía: Luis Juárez R.

10. ¿Qué aciertos y desaciertos, a su criterio tiene el Pantone 375 como color institucional de la Municipalidad de Guatemala?

No se puede reproducir en todos los materiales y por eso se buscan tonos similares; el principal acierto es que salva vidas.

Cuestionario de entrevista
María José Salas
Ex directora de Comunicación social

1. En relación a la imagen institucional previo al uso del color verde, ¿Cómo se manejaba la misma?

Realmente no había mucha fuerza institucional en cuanto a la imagen, se mantenía el Escudo Municipal, predominaban junto al escudo Municipal los colores azul y rojo que decían ser los colores Municipales. El rojo creo que era por el equipo de fútbol, el azul siempre ha estado, pero no había mucha fuerza de imagen en la institución el cambio hacia el verde fue una introducción muy cautelosa, paulatina, muy gradual no drástico. Se tenía en ese entonces el escudo de la Ciudad y abajo un rectángulo que decía Municipalidad de Guatemala eso fue en el 2004 y en el 2004 - 2005 cuando el Alcalde dijo que necesitábamos marcar la diferencia, necesitábamos resaltar la imagen institucional en todos los ámbitos, tanto en el personal como publicidad, papelería y todo, algo que saliera de ese plano que tenía la ciudad. Lo empezamos a meter en el logotipo, en papelería, en una forma muy gradual que enmarcamos ese rectángulo azul marino con el color verde, ese fue el primer cambio que se hizo en cuanto a imagen institucional e imagen publicitaria como marca.

En el campo el primer cambio fue los agentes de la PMT que realmente había tantos entre comillas pero en realidad son pocos. Ellos eran nuestra primer carta de presentación. Se empezó a meter en ellos el color verde en el uniforme fue muy gradual, se empezó a meter unos cuadritos verdes en la franjas blancas que llevaban. Y poco a poco fue cambiando el uniforme luego vinieron los sombreritos de safari, y otros para poder cambiar la diferencia. Pero la imagen como se utilizaba anteriormente era sin fuerza, no había algo que destacara de la imagen institucional se identificaba únicamente por el escudo que es el escudo de la ciudad capital.



muniguate.com



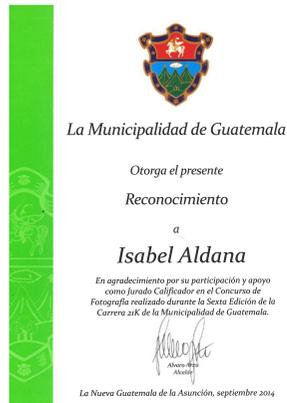


En algún momento funcionó un logotipo que muchos le decían que era el logotipo de la despensa familiar, que era de Tu Muni con el arcoíris, y la familia pero lo que quedaba muy lejos era la Muni, se le que quería dar fuerza a la institución, marcando la diferencia entre no es la Muni sino tu municipalidad de Guatemala, ya se había denigrado de cierta forma la institución con todos lo diminutivos y abreviaciones.

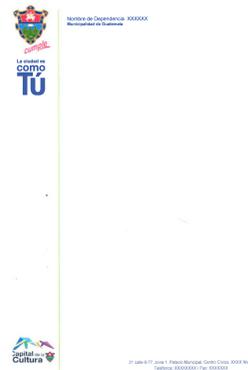
como lo tenemos nosotros ahora, lo vio en unidades de emergencia y efectivamente le llamo la atención para los que estaban en la calle, porque lo hacia ver y hacia notar en el plano de la ciudad reducción riesgos para los que están en el campo. Ahora nosotros si lo llevamos al extremo lo metimos en todo.

3. ¿Antes del color verde ya se utilizaba otro color? De ser así ¿Cómo fue su aplicación?

Sí el azul y el rojo, y se utilizaba en el logotipo y uniformes.



Diplomas



Hojas membretadas



4. ¿Hay alguna otra Municipalidad que utilice un color o este mismo Pantone 375c?

2. ¿Desde el momento en que le solicitaron el uso de un color le pidieron opciones o fue solicitado el verde?

Si fue solicitado el verde, al Alcalde le llamó mucho la atención lo que resaltaba el verde, no lo vio tan fuerte

Sí hemos tenido copias que las han metido en algunas cosas, sobre todo en los uniformes de la PMT los agentes de la policía de tránsito de otros municipios y de otras ciudades se vienen a capacitar acá, entonces desde que vienen están invadidos con el color verde y muchos de ellos han adoptado algunas cosas en sus uniformes

similares al de los nuestros. Por eso se ha renovado tanto el uniforme de los agentes que se les cambia el sombrero por uno diferente, primero era una boina, luego el de safari, luego le metimos los foros de las botas y se le ha ido variando a manera de innovar siempre y que no los confundan sobre todo con los municipios vecinos, pero si hay otros municipios q han ido adoptando de alguna forma su imagen el color verde pero no lo tienen tan institucional ni tan plasmado en todo pero lo ha ido adoptando.

5.¿Qué opciones de colores se presentaron junto con el color verde?

No hubo, la única consideración fue meter más el verde, aun se utiliza el azul para la combinación, el rojo si quedó fuera.

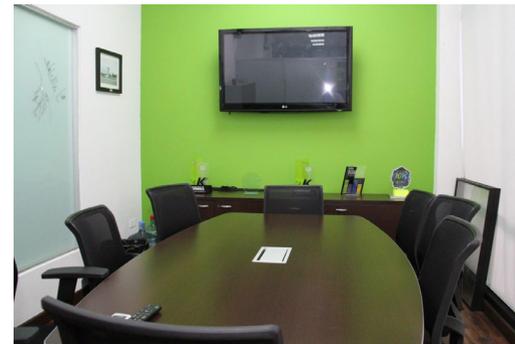
6.¿Quién tomó la decisión final del uso del color y por qué?

El Alcalde, bueno tenemos algunas variaciones, lo podemos ver en algunas cosas que si varían, el PANTONE 375 C y hay B dependiendo para el uso , si es impresión digital. Porque a la vista el color era el mismo, entonces se adoptó el verde muni quien tomó la decisión final definitivamente fue el Alcalde el era el que tenía esa iniciativa y se empeño en hacernos entender a todos que

se tenía que resaltar la institución con mucha fuerza sino resaltar a nuestra gente de campo en todo momento del ciudadano normal del ciudadano XX , se tenía que hacer ver la Municipalidad en todos los rincones.

7.¿Cómo fue el proceso de aplicación del color verde en los diferentes materiales?

Al principio casi prueba u error, porque obviamente dependiendo la empresa, dependiendo el tipo de máquina que tenía que si estábamos haciendo lonas vinílicas, que si estábamos haciendo impresión digital, al principio te he de decir que fue prueba y error, se marcó la diferencia no sé si todavía lo hacen así, si se manda a x empresa o para tal tipo de impresión se manda el sesi, o se manda el vesi si es pintura para vehículo, Sherwin Williams por ejemplo para pintar fachadas sacó el color verde Muni, ya bautizado como tal, tu vas a las tiendas y puedes pedir el verde Muni.



fotografía: Luis Juárez R.





Aun hay algunas diferencias por ejemplo en textiles se ve mucho que por más que se busque hay telas en las que no está el tono, entonces nos vamos por el amarillo bombero, el amarillo PMT que es el de las capas y chumpas. Pero igual lo que llama la atención es que lo que buscamos que se diferencie y resalte. Y eso es lo que le llama la atención al vecino e inmediatamente lo identifican con la Muni. Al final fue prueba y error para ir definiendo el tono final y luego se realizó los normarios y manuales de imagen para todos, hasta el día de hoy ha costado un triunfo que los sigan y los respeten en muchos aspectos pero si se ha hecho un gran esfuerzo de una vez se definieron para esto usar tal Pantone para esto y tales y tales telas son de este color etc. Pues ya se sacó el manual de uso el manual de aplicación, y el normario de imagen.

8. ¿Cómo los empleados municipales se sienten identificados con el color verde?

Yo creo que ya hoy podemos decir que es con mucho orgullo, pero eso no es solamente el color si no la identificación con la institución. Luego de tres períodos con el Alcalde Arzú al frente de la institución se ha visto un cambio dramático no estoy diciendo que estaba mal, estoy diciendo que necesitaba modernizarse, mas

integración, por ejemplo una de las áreas en donde más costo la integración o ha costado, es en los bomberos porque siempre se les trataba como una unidad aparte y ellos se sentían como tal porque ellos actuaban por su propia cuenta y costo mucho ese cambio, tenían muy metido el amarillo el rojo. Ellos no se consideraban Municipales, pues es un claro ejemplo de cómo atreves del color y su introducción se estuvieron que integrar como equipo municipal y hoy en día creo que pueden decir no solamente llevo el color porque me gusta sino me siento orgulloso de trabajar en la Municipalidad. Muchos desearían poder estar trabajando acá.

9. ¿Qué aciertos y desaciertos a su criterio tiene el Pantone 375 como color institucional de la Municipalidad de Guatemala?

En cuanto a imagen a veces sí dependiendo en qué se use, cuesta mucho la combinación por ejemplo yo he estado peleando el uso del verde sobre blanco o el blanco sobre verde, porque se pierde, es un color que claro por la misma tonalidad se requiere ser combinado con colores oscuros de manera que si quieres transmitir un texto, claro si es como fondo está bien. Es muy fácil llamar la atención con ese color por lo tanto se debe ser muy cuidadoso con los artes que se trabajen y resalta todo el detalle. Hay

que cuidar el más mínimo detalle que te lo va a resaltar. En cuanto a lo práctico es un color muy delicado para uniforme, salía mejor el azul aunque se ponía ratoso aguantaba 6 meses más, el verde se destiñe por el sol, se ensucia muy rápido, igual las lonas vinílicas, la pintura, tiende a ensuciarse muy rápido pero es de fácil limpieza y fácil renovación. Y aunque esté desteñido o manchado sigue llamando la atención. Tiene sus ventajas y trabajo adicional porque realmente es un color muy beneficioso.

Guía de entrevista

Paola Recinos

Diseñadora Gráfica Municipalidad de Guatemala

1. ¿Cómo fue su intervención como diseñadora gráfica en el proceso de la identidad donde se institucionó el color verde?

Estuve desde el momento que empezaron hacer el cambio del color en la institución, se tenía el color rojo y azul, cuando yo entré y fue cuando el Alcalde propuso empezar

a cambiar el color en la institución y prácticamente desde el principio el primer proceso de las pruebas de color, empezar a definir los Pantones, se empezó desde lo pequeño que era papelería Municipal y ver que colores combinaban con el verde. Había un manual pero era demasiado simple era del logotipo rojo y azul, el logotipo tenía el escudo en pequeño y era MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA se tenía todo el nombre era más tipografía que un logo icónico.

2004



2. ¿Cómo fue el proceso de selección de las propuestas de colores para la Municipalidad de Guatemala?

Si al principio se definió que era el verde, que era el verde que utilizan los policías en Europa, se tenía que definir entre que tipos de verde, al principio con una guía de Pantones para ver que color se aproximaba más que no fuera tan amarillo. Iniciamos con el Pantone 374 que era un verde un poco más pálido si se compara con el que





ahora se usa. De allí partimos para ver los procesos hasta llegar al color que esta ahora.

2007



muniguate.com

2010



muniguate.com

3. ¿Qué problemas surgieron en el momento de aplicación del color Pantone 375c en todos los materiales de identidad?

Problemas surgió desde el 374, empezamos a ver que era muy pálido, y fue donde empezamos a buscar un color un poquito más encendido y llegamos al 375, empezamos a pedir pruebas de colores que más que todo era en publicidad que se quería implementar, y en las pruebas salían verde aceituna, verde oscuro un verde demasiado claro, fue un problema al principio lograr definir con los impresos el color del verde había demasiada variación de color.

4. ¿Qué criterio y referencias se utilizaron para los colores que se presentaron como propuestas?

La referencia fue el uniforme de EMETRA pero en EMETRA tienen el color un poco encendido entonces con el tema de publicidad, de papelería hasta de uniforme se quería implementar y lograr el tono de algo impreso con algo en tela era muy complicado. Se trató de comparar con muestras de camisas polo, hasta en los chalecos, que antes no se usaba en el uniforme, no se definía ningún color, hasta había un uniforme caqui con café, que era de atención al vecino y otro era el azul que siempre se uso pero si se trato de unificar utilizando pruebas y muestras en impresiones de tela y de papel.

uniformes



fotografía: Luis Juárez R.

5. ¿Qué criterio se utilizó para la selección del color Pantone 375 C y no otro Pantone?

La intensidad del color también como estábamos más enfocados en la publicidad era en mantas vinílicas, pero también que este color fuera también visible en mupis, como estos son una caja de luz el problema era que al momento de encenderlos el color era demasiado amarillo y se ponía muy pálido con el 374 que utilizábamos antes por eso se definió el 375 que era mañas brillantes y un poco más de definición el color.

6. ¿Se realizó algún focus group para evaluar el uso del color? Y qué resultado obtuvo?

Se evaluó el color, fue muy bien aceptado lo que argumentaban es que era un color muy actual y les gustaba eso que era muy moderno, y de pasar de rojo y azul a ese tipo de verde fue un cambio muy bien visto para la Muni.

7. ¿Cómo la imagen institucional integró el color verde junto con el escudo municipal?

Al principio lo que se quería mostrar era la imagen Muni fuera, como los rótulos que están en las jardineras que

era el cuadro verde, un marco azul y el logotipo en grande. Primero era empezar a posicionar el verde y el escudo de la Muni que en el logotipo anterior se había perdido. Por eso se implementó en los rótulos de las jardineras y en la barredora, se pintó toda de verde y se le puso el escudo en grande. Se empezaron a utilizar banderolas en las calles que antes no existían, de allí surgió la idea, el logo Muni y verde.



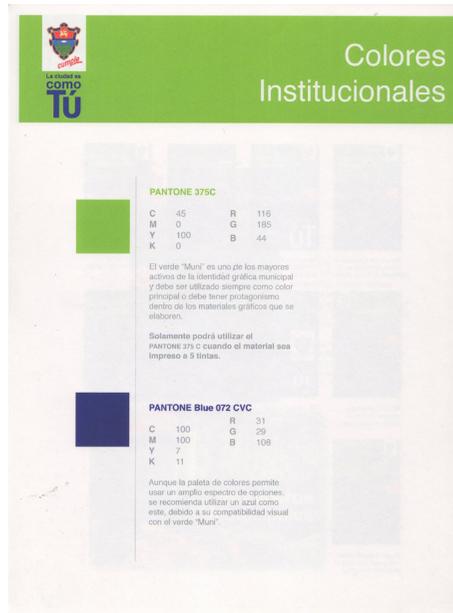
fotografía: Luis Juárez R.





8. ¿Existe otro color que acompañe el color verde?

Si es azul que es el Pantone 372, es un azul un poco profundo y se quiso mantener el azul que ya se utilizaba, El rojo se eliminó para diferenciar el cambio de administración de Fritz.



9. ¿Qué acierto y desaciertos a su criterio tiene el Pantone 375C como color institucional de la Municipalidad de Guatemala?

Fue muy buen acierto, la gente ya lo identifica como verde Muni en cualquier lugar que lo ve, Comex empezó definiendo el color de pintura como verde Muni, ya lo estandarizaron. Es un color que primero no ofende, si se ve en la calle y ven a gente con sus chalecos la gente los identifica y que es verde no nos confunden con ninguna otra identidad de gobierno si tiene su propia identidad para la institución. Yo no le veo desacierto, cuando se empezó a utilizar el verde en los mupis, había competencia con Cemaco y Movistar, pero fue tanta la presencia Muni que se logró sacar que ellos cambiaron su verde. Cemaco bajó su tonalidad no recuerdo el Pantone que están usando ya no es tan amarillo igual movistar. Ellos tuvieron que modificar su color en la publicidad porque todos decían verde Muni.





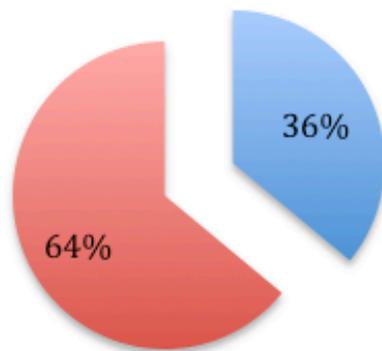
Sondeo del Color Pantone 375C como color institucional de la Municipalidad de Guatemala

La finalidad de este sondeo es evaluar el grado de aceptación y recordatorio del color verde de la Municipalidad de Guatemala.

Grupo objetivo: personas adultas entre 18 y 60, de ambos sexos, Sondeo con muestra aleatoria en universidad, paseo de la sexta y colonias cerradas.

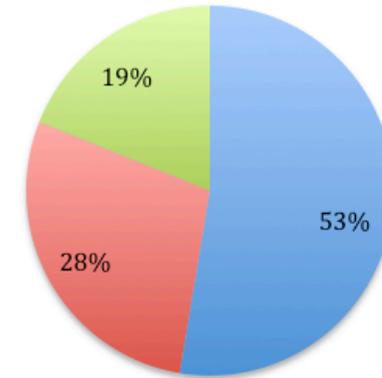
1. Género:

■ Masculino ■ Femenino



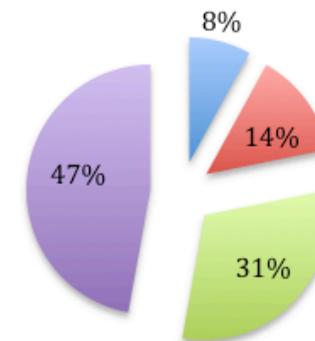
2. Rango de edad:

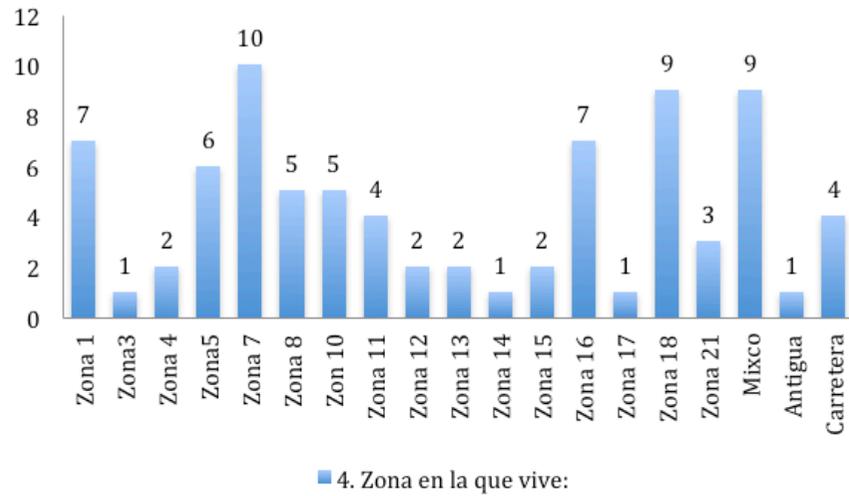
■ 18 a 25 años ■ 26 a 40 años ■ 41 a 60 años ■



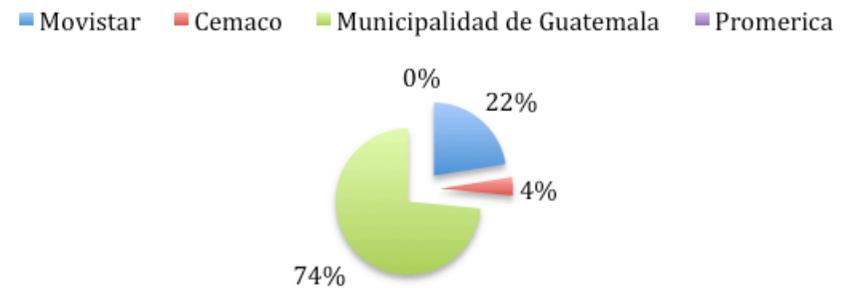
3. Escolaridad:

■ Primaria ■ Básicos ■ Diversificado ■ Universitario





6. Si ve una pared pintada de verde limón ¿a qué marca le recuerda más? Numerar por orden de preferencia 1 lo más importante



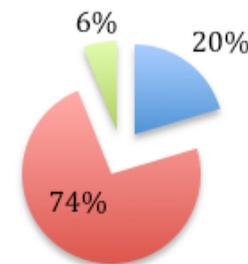
5. ¿Si usted va caminando en la calle y ve a un trabajador con un chaleco de color verde limón a que institución del gobierno lo ubicaría?

- Gobierno Central
- RENAP
- Municipalidad de Guatemala
- Policía Nacional Civil



7. Cambiaría el color verde de la Muni?

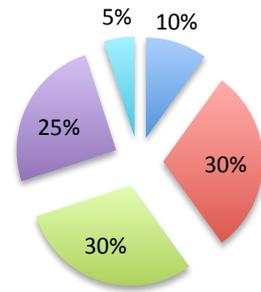
- SI
- NO
- No contestó





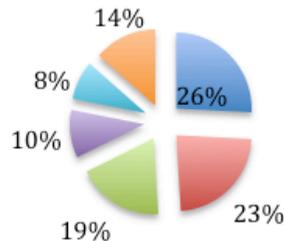
7.1 Si su respuesta es Sí ¿por qué?(20 respuestas)

■ No le gusta ■ Aburrido ■ Es molesto ■ Es común ■ Fuera de moda



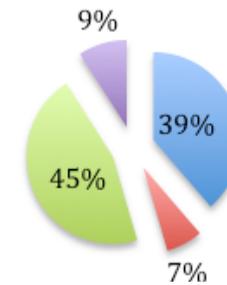
8. Al ver el color verde Muni ¿qué refleja? Numerar por orden de preferencia 1 lo más importante

■ Orden ■ Limpieza ■ Acción ■ Autoridad ■ Seguridad ■ Trabajo



9. ¿En qué han visto aplicado el color?

■ PMT ■ Papelería Muni ■ Transmetro ■ Rótulo en la calle





INTERPRETACIÓN Y SÍNTESIS

PANTONE 375C como color identitario de la Municipalidad de Guatemala, su significado y proceso de selección.

La Municipalidad de la Ciudad de Guatemala es la entidad autónoma del Gobierno encargada de la administración pública y de servicios del Municipio de Guatemala. Esta institución se ha destacado por su trabajo y administración pública liderada por el Alcalde de la Ciudad Álvaro Arzú Irigoyen según Muniguate (2015). Una característica principal que los ciudadanos capitalinos han percibido en la imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala es la marca que ha generado el color verde, el cual un 26% les refleja orden, seguido por un 23% limpieza y un

19% acción. Siendo la identidad corporativa el diseño de la imagen de la empresa o institución y la identidad de marca en el contacto que persuade directamente a los ciudadanos reflejando el valor intangible del servicio por medio del color, según Escofet (2002). El sondeo fue realizado a personas adultas entre 18 y 60 años de edad quienes el 99% identifican el color verde como el color de la Municipalidad de Guatemala.



fotografía: Luis Juárez R.

Actualmente el PANTONE 375C no puede ser patentado según el Alcalde de la Ciudad, esto se encuentra en la ley de Propiedad Industrial Artículo 1, 5, 6, 7 16, 18, 22, 22 y 24. En donde el color no puede ser sujeto a patentarse como marca. La empresa Pantone puede tener exclusividad del uso del color y ser utilizado únicamente por la empresa o institución que lo compre.



El alcalde de la ciudad de Guatemala Álvaro Arzú cuenta en la entrevista realizada que el problema de identidad y seguridad del equipo de la Policía Municipal de Transito (PMT) era grave, ya que muchos eran atropellados al no ser vistos por los automovilistas. Por ello surge la necesidad de identificarlos con colores que sean visibles. Según Vásquez (2011), un elemento en la comunicación de la seguridad es el color, primordialmente en la seguridad vial ya que al no verse a distancia pueden ocurrir accidentes. Por ello recurren al análisis del uso de color amarillo fluorescente, color que utiliza internacionalmente los agentes de transito de países como Inglaterra.



fotografía: Luis Juárez R.



www.softzone.es

En la imagen del lado derecho se puede observar el uniforme de los agentes de tránsito de Inglaterra y del lado izquierdo los agentes de la Municipalidad de Guatemala, donde el color es el mismo, pero el diseño del uniforme es diferente, con el uso de casco tipo safari los cuadros de color y botas.





María José Salas, quien fue la directora de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, comenta que luego de la solicitud del Alcalde Arzú. Inicia el proceso de selección del color en el año 2004 junto a la diseñadora gráfica Paola Recinos. En donde tuvieron que realizar una modificación de la imagen de aquel entonces que utilizaban el color rojo y azul.



fotografía: Luis Juárez R.

Imagotipo antes



fotografía: Luis Juárez R.

Imagotipo después

En los imagotipos, se puede ver la sustitución del color azul por el verde, se mantiene el uso del escudo pero con un recuadro blanco y se elimina el nombre. Dentro del imagotipo siempre lleva el eslogan la ciudad es como tú. Donde destaca en la versión anterior el uso del color azul y rojo y en la nueva versión verde, blanco y azul.

En un principio el color inicial solicitado por el Alcalde Arzú fue el amarillo fluorescente, color que actualmente utilizan los agentes de EMETRA, pero al ver la dificultad del uso del color en materiales impresos y pinturas se inició con la búsqueda de un nuevo color que tuviera la misma función que el amarillo fluorescente pero que pudiera aplicarse a todos los materiales por igual. El color amarillo fluorescente es un color que se utiliza para señales de tránsito como precaución al aplicar este color en proporciones grandes puede generar molestia visual al tener contacto con los rayos del sol.

Tomando como referencia este concepto Wong (2007) habla que el cerebro es el que recibe la información del sistema óptico que interpreta el color por medio de la luz. La iluminación determina el estándar de percepción del color que puede ser determinado por el sol que es la principal fuente de iluminación natural. Dependiendo de la fuente de iluminación, ya sea natural o artificial el color puede tener cambio ya que estas dos fuentes lo puede modificar. Por ello las variaciones de color en telas utilizadas en los uniformes, pinturas de exterior, interior, pinturas de carros y Transmetro tienen variaciones por los efectos de luz, tiempo y uso.



fotografía: Luis Juárez R.

En las dos fotografías se puede ver la variación en el color por el efecto de tiempo el del lado izquierdo es el actual y el derecho es el más antiguo observando el cambio de tonalidad del verde. El color original tiene una duración de seis meses.

Es donde Paola Recinos propone el uso del color verde (Pantone 374 C) como el color institucional de la administración del Alcalde Arzú. La razón de utilizar un color Pantone es porque este es un sistema internacional de códigos que describen los diferentes colores, utilizando letras y números o combinación de ambas y pueden ser utilizado para identificar el color por cualquier persona que necesite el uso del mismo. Harris (2010) habla que hay diferentes presentaciones para identificar el color PANTONE. Puede ser en línea o un muestrario despegable que tiene impreso el valor del color.

Inicia con el proceso de un manual de identidad para aplicar un color oficial para la Municipalidad de Guatemala. El manual de identidad es el instrumento impreso o digital que rige la comunicación interna y externa de las empresas o instituciones recalando los símbolos, logotipos, construcción del logotipo, versiones de los mismos, color, tipografía, uniformes, señalética, vehículos, materiales publicitarios, etc. según Villafañe (2008). En la Municipalidad de Guatemala existe un manual que es de uso exclusivo del logotipo, tipografías, color y aplicación del logotipo en los diferentes publicaciones. Sus beneficios son visibles ya que esto ha logrado que la unificación de la imagen institucional sea regido por las normas y explicaciones que se presentan en el manual.

Junto al Pantone 374 C se utilizó el color azul (Pantone 372). Al iniciar la aplicación del color verde en los diferentes materiales impresos Paola Recinos observa que tiene una deficiencia. Que al aplicarlo en artes impresos para exterior como mantas y mupis el color se ve con poca intensidad. Razón por lo cual Paola Recinos y María José Salas propongan un nuevo PANTONE al Alcalde Arzú, que es el 375C.





Uso correcto del Logotipo sobre colores institucionales

PANTONE 375C

C	45
M	0
Y	100
K	0

PANTONE Blue 072 CVC

C	100
M	100
Y	7
K	11

BLANCO

C	0
M	0
Y	0
K	0



En la imagen se observa el manual de identidad con el uso correcto del color y aplicación.

Este color según el sondeo realizado a ciudadanos y visitantes de la Ciudad de Guatemala, es el *top of mind* del color verde en las zonas y municipios de Guatemala con un 74% de personas que les recuerda el color a la Municipalidad seguido por la marca Movistar con un 22% y Cemaco con un 4%, este 4% refleja que dentro de la muestra del sondeo el 64% son mujeres de las cuales el 28% están en la edad de 26 y 40 años de edad lo que significa que son parte del target de Cemaco. Mientras que el 22% de quienes mencionaron Movistar son un 53% jóvenes entre los 18 y 25 años de edad quienes el 47% están en la universidad y tiene contacto con la tecnología y las marcas de telefonía.



Paola Recinos en la entrevista también comenta que estas marcas tuvieron que sufrir una modificación de su color, ya que al ver toda la ciudad pintada con el PANTONE 375 C las campañas de estas empresas se veían opacadas y confundidas con las campañas de la Municipalidad de Guatemala. Lo que indica que este color ha trascendido durante estos 11 años en la mente de las personas que viven y visitan la ciudad de Guatemala ya que muchos de ellos ya lo nombran como verde Muni, y los mismos trabajadores de la institución como lo describe María José Salas lo utilizan con orgullo.

El uso del color verde tiene muchos aspectos positivos, se asocia con tranquilidad con lo agradable y la armonía. El verde por ser el color de la vegetación se asocia con la salud, esperanza, fertilidad. El color verde connota seguridad, utilizados por elementos de seguridad y señales de tránsito. Por ejemplo en los aeropuertos de todo el mundo las señalizaciones de las direcciones a donde se deben de dirigir son las siguientes donde el color y los símbolos no necesitan textos.



naslymurillo-demarcacion-sealizacion.blogspot.com

También se utiliza para acceso a un lugar o espacio o puertas de emergencia. Afirmando lo que la encuesta dice que el 26% de las personas opinan que el color verde les representa orden, esto debido a los agentes de tránsito que diariamente están trabajando en el ordenamiento vial. Un 23% lo asocian a limpieza, la razón de esta percepción es por el equipo de limpia y verde que se encuentran en las calles limpiando y jardinizando las calles y parques. Y solo un 8% lo relacionan con la seguridad por el Transmetro ya que este sistema de transporte es rápido, ordenado y seguro. Analizando que la mayoría de personas tienen una percepción del color PANTONE 375 con el trabajo Municipal ya que el 45% ve el color en el Transmetro





y el 39% en la PMT, quienes son las dos direcciones encargadas del orden, seguridad del transporte.

El uso del color Muni como lo reconocen popularmente ha logrado que el PANTONE 375C se convierta en una marca, la cual es reconocida por el 99% de la muestra sondeada, logrando tener el mismo efecto que tiene la marca Coca-Cola y Colgate que utiliza el color rojo como parte de su marca y que por muchos años a mantenido el color y por ello es reconocido mundialmente. La Municipalidad ha logrado tener el mismo efecto al igual que la Megapaca, que ha logrado posicionar el naranja de su logotipo, utilizando campañas con imágenes guatemaltecas y con tonos naranjas.

Uso del color PANTONE 375 C en el material de identidad de la Municipalidad de Guatemala.

Al utilizar el PANTONE 375 por más de 11 años ha logrado convertirse en la marca de la Municipalidad e Guatemala. Ambrose y Harris (2010) dijeron que el color es una gran herramienta de comunicación que logra captar la atención y hacer que la marca destaque logrando tener una apariencia más atractiva. Esto se logra visualizar en la imagen que utilizaba la Municipalidad en el año 2004 el cual nadie lo recuerda y ahora con el uso del color verde logra captar la mirada de los capitalinos. El buen uso del color aumenta la comunicación, más si es sutil enfatizando lo necesario. El color es más comunicativo transmitiendo significados simbólicos culturales lo cual considera que el impacto del color es muy positivo para la institución haciéndolo diferente con las otras instituciones del gobierno ya que al ver la encuesta realizada únicamente el 20% de la muestra cambiaría el color verde, en su mayoría porque es molesto y aburrido. Se cree que esta percepción es debido a que son personas no afines al trabajo municipal o por el rechazo de la administración. Ya que al ser objetivos en el sondeo el 74% no cambiaría el color verde logrando ser un gran porcentaje de personas que ven el color como la mejor opción en la comunicación



El manual de identidad según Villafañe (2008) recopila la información del manejo de la marca, integrando todos los elementos básicos que rigen el uso y aplicación de los elementos gráficos del imalogotipo, como el color y tipografía. Como el uso del uniforme, señalética, vehículos, colores de pintura de paredes y material publicitario. Por ser la Municipalidad una institución donde hay varias direcciones donde en todas aplican el color es importante que se maneje la misma comunicación sobre todo el uso del mismo verde en todos los materiales. Sin embargo el manual que existe únicamente indica la construcción del imalogotipo, el uso de los PANTONES y tipografía. No se especifica el uniforme, vehículos, y material publicitario resaltando solamente el uso del color verde.



fotografía: Luis Juárez R.



fotografía: Luis Juárez R.

En estas fotografías se puede observar el uso de colores parecidos en los vehículos, sin embargo el Transmetro es el autobús que tiene aplicado el PANTONE correcto.

Tal como se visualiza en esta aplicación del color verde, una de las aportaciones del color es crear un impacto como menciona Gallardo (1997), donde se logra constatar que llama la atención de espectador, logrando que las miradas se detengan y en su momento asocie con la institución y facilite identificarla y recordarla.

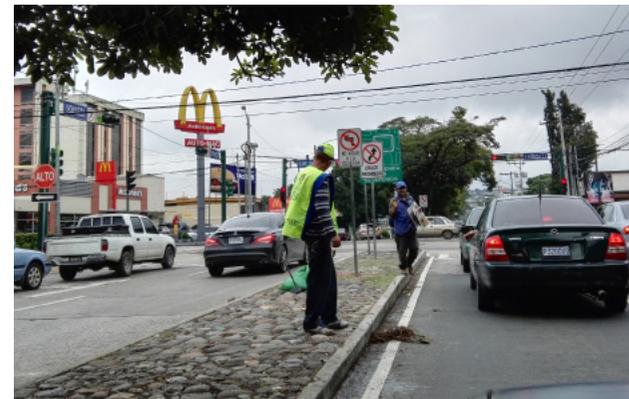


La identidad de la Municipalidad de Guatemala fue realizada por la Diseñadora Paola Recinos que cuenta en la entrevista que desde el momento de la elección del color se realizó un manual de identidad para integrar toda la comunicación de la institución este manual fue para la comunicación interna ya que muchos no utilizaban el Pantone correcto a la fecha existe el manual de uso del color y no se ha logrado unificar el color en los diferentes materiales. Según Villafañe (2008) este es un instrumento importante en la gestión de la comunicación interna y externa de las grandes y pequeñas empresas este contiene todas las bases y estrategias visuales y los planes de comunicación. María José Salas en su entrevista dice que uno de los problemas del uso del color en el material de identidad es en la aplicación del color en la tipografía, ya que si el fondo es blanco es difícil la lectura y puede perderse. Utilizando el color verde en las letras en fondo oscuros como el azul o negro.

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

Al igual que en los uniformes que estos se destiñen con facilidad y pierden su intensidad. Recalcando que el uso del color es un arma de doble filo, ya que llama mucho la atención y este puede resaltar buenas obras realizadas como resaltar los errores por ejemplo si una pared está mal hecha y se pinta de verde las personas que transitan por el lugar van a observar con facilidad que la pared está mal construida, o por ejemplo si un agente de tránsito está haciendo alguna actividad incorrecta como orinar en la calle, por el color de su uniforme es muy fácil poderlo identificar.



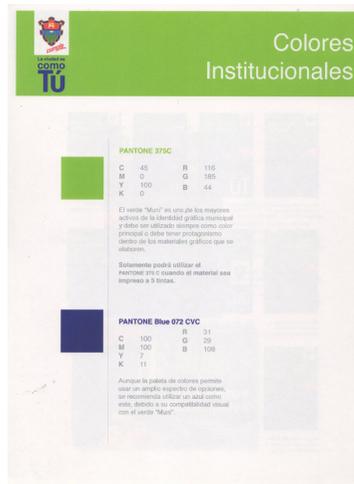
fotografía: Luis Juárez R.

Se observa al trabajador de limpieza y verde que con el color verde destaca del paisaje de la ciudad siendo un punto focal.

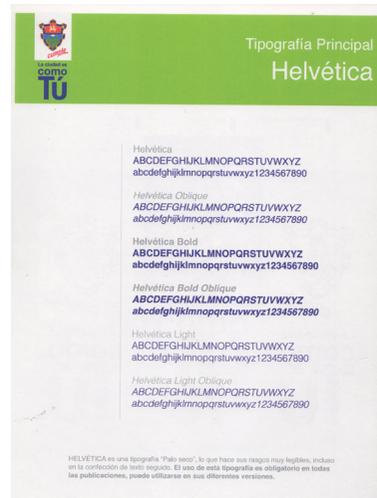


El alcalde de la Ciudad Álvaro Arzú también comenta que fue muy difícil la integración en todos los materiales y aplicaciones, aun se puede ver que los agentes de tránsito utilizan el amarillo, mientras toda la imagen municipal incluido las pinturas de paredes, uniformes de los colaboradores y Transmetro es del color PANTONE 375 C. Se opina que se ha manejado un manual de identidad muy práctico y con lineamientos claros ya que este solo contiene el uso del imalogotipo, color, tipografía y versiones para aplicar en material publicitario.

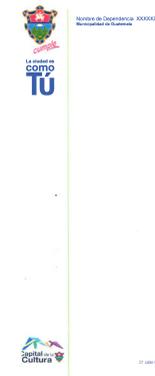
Especificando que el color PANTONES 375C es un elemento gráfico que no debe faltar en ninguna de las piezas gráficas y de identidad utilizadas por la Municipalidad de Guatemala. Sin embargo María José Salas comenta que ha sido un gran trabajo que el uso del manual de identidad sea aplicado en su totalidad por los diseñadores de la institución pero con esfuerzo se ha logrado tener los resultados ahora vistos por todos.



fotografía: Luis Juárez R.



Manual de identidad



Hoja Membretada



María José Salas quien fue la directora de Comunicación Social, comenta que el uso del color en todos los materiales de identidad fue tan fuerte que las empresas de pintura Sherwin Williams y Comex han incluido dentro de su catálogo el color verde Muni. Actualmente se observa los informes de los colaboradores municipales, la papelería de la institución y el transporte como el Transmetro, patrullas y motocicletas con el color PANTONE 375 C. Siendo reconocido por la muestra encuestada con un 45% de personas ven el color aplicado en el Transmetro, UN 39% en los uniformes de los agentes de la PMT, un 9% rótulos municipales y un 7% en la papelería de la institución. Como describía la diseñadora Paola Recinos, el uso del color fue un buen acierto.

Lo que se considera que la aplicación del color en el material institucional llevó mucho trabajo pero ahora los resultados fueron buenos logrando convertir el PANTONE 375C en verde Muni. Este color llegó a ser la identidad interna y externa por medio del uso constante del color en la mayoría de los materiales donde se podía aplicar, por ejemplo cambiando el concepto de los conos de tránsito anaranjados a verdes, pintando de este color las oficinas y accesorios de oficinas. Uniformando a todos los colaboradores municipales y tratando de manejar un manual de identidad que aunque no es muy completo por la falta de

lineamientos e información logra dejar muy claro que parte de la comunicación de la institución es el uso constante del PANTONE 375C.



fotografía: Luis Juárez R.

En esta imagen se logra observar el uso del color verde en las paredes, señalética, uniformes y vehículos estando siempre presente en todas las áreas.



fotografía: Luis Juárez R.



CONCLUSIONES

● Por medio de una investigación y cuestionarios de entrevista se documentó el proceso de selección del PANTONE 375 C como color que identifica a la Municipalidad de Guatemala. En donde el Alcalde de la Ciudad Álvaro Arzú toma la iniciativa de selección del color amarillo fluorescente debido a que los agentes de la Policía Municipal de Tránsito corrían peligro por no ser vistos en las calles. Buscando como referencia a Inglaterra y otros países donde el uso del color es amarillo fluorescente. Se inicia con el proceso de selección del color PANTONE 374 C ya que el uso de amarillo fluorescente en pinturas, impresiones y textiles no se lograba surgiendo así el uso del color verde para poder iniciar con el manual de identidad de la Municipalidad de Guatemala. El proceso

de pruebas en las diferentes impresiones el PANTONE 374 C no lograba todo el cometido de visibilidad e intensidad, por lo que se llega al resultado final que es la selección del color PANTONE 375 C como color oficial de la Municipalidad de Guatemala y que ahora se le conoce como Verde Muni. Al iniciar la introducción del color en toda la imagen institucional la psicología del color habla de su significación, como el color de la naturaleza, esperanza, tranquilidad, es el color de las señales de tránsito como los semáforos y las señales de salida. Pero según la percepción de hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad el color lo ven reflejado en el Transmetro y los agentes de tránsito, la pintura de las obras municipales y publicidad, lo cual les reflejan acción, orden, limpieza y trabajo. Representando en sí las acciones que realizan los trabajadores municipales, y por ende se constituye en parte de la identidad institucional.



- Analizando la aplicación del color PANTONE 375c ha tenido un proceso evolutivo en el uso dentro de la imagen institucional, ya que la variación de tonos en los años anteriores fue muy notorio. De manera que el manual de identidad ayudó a unificar el color en los diferentes materiales obteniendo así una identidad institucional. Dentro de la institución se observa el color en los buses de Transmetro, como en la pintura de las paredes de las oficinas y obras municipales. Teniendo una variación en los agentes de la Policía Municipal de Tránsito con el amarillo fluorescente el cual no está estipulado en el manual. Los uniformes de los empleados, señalética y vehículos mantienen la misma imagen y el mismo uso del color Verde Muni. Logrando así que la percepción de los 100 hombres y mujeres encuestados el 99% identifican el color verde como el color de la Municipalidad de Guatemala. Siendo *top of mind* por arriba de Movistar, Cemaco y Promerica. Destacando dentro del estudio que el 74% de los encuestados no cambiarían el color verde lo que significa que la aplicación del color y su simbología ha generado un impacto positivo en la imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala tanto a nivel interno como externo.





RECOMENDACIONES

- Es importante como diseñador evaluar el proceso de selección de un color en la imagen institucional. Considerando que durante este proceso hay que razonar los resultados de aceptación del grupo objetivo y las pruebas de color en las diferentes impresiones ya que el cambio del color después de las campañas de introducción de imagen pueden generar confusión y un gasto mayor a la empresa o entidad pública.
- Al momento de generar una imagen institucional en donde el color sea la marca del producto o servicio hay que considerar que el manual de identidad debe de estar completo con todas las especificaciones necesarias para no tener problemas al momento de que el color sea aplicado en los diferentes materiales. Considerando la variación de tonos si el color no es fiel al 100% del Pantone establecido por el material donde sea aplicado. Y generar su aplicación si es utilizado en CMYK y RGB.





REFERENCIAS

TEXTOS

- Alavendra, A. (1993) Identidad de Marca. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.
- Ambrose, G Harris, P. (2010). Metodología del Diseño. Barcelona, España: Parramón Ediciones S.A.
- Chavez, J. (2015) Construcción de Logotipo. Consulta 3 de octubre de 2015 de http://es.salideshare.net/designmaster345/libro-de-identidad-corporativa-visual-logotipo?next_slideshow=1
- Color Pantone. (2015) Pantone. Consulta. Consulta 3 de Octubre de 2015 de <http://www.pantone.com/pci#hero-section>
- Costa, J. (2009). Imagen corporativa en el siglo XX. (2ª. Ed.) Buenos Aires, Argentina: La Cruja.
- Costa, J. (2008). Señalética corporativa. (2ª. Ed.) Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- Escofet, J.(2002) ¿Qué es el Diseño Gráfico?. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.
- Gallardo, M. Puig, J. Asensio, M. (1997). El Diseño Gráfico. Barcelona, España: Editorial CIMS Equipo Fenix.
- Gómez-Palacios, B. (2011) Guía Completa de Diseño Gráfico. Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A.
- González, R.(2015) Señalización y códigos de colores en la seguridad. Consulta en 5 de octubre 2015 de <http://es.slideshare.net/rodrisamuel/señalizacion-de-seguridad-y-codigo-de-colores>
- Gulliveria, (2013) Como elegir el color de marca. Consulta 10 de noviembre de 2015 <http://es.slideshare.net/gulliveriacomunicacion/gua-para-elegir-los-colores-de-la-iedntidad>

Harris, A. (2010) Metodología del Diseño.
Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A.

Hernando, O (2007) Claves del Diseño.
Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.

Kandiski, V. (1998) Punto y línea sobre el plano.
España, Paidós.

León, A.(2003) Colores luz y pigmento. Consulta 10 de
noviembre de 2015de [http://www.cientec.or.cr/
ciencias/pigmentos.html](http://www.cientec.or.cr/ciencias/pigmentos.html)

Manual de Identidad. (s.f) dspace. Consulta 7 de Octubre
2015 de www.dspace.espol.edu.es

Manual de identidad Gráfica Municipalidad de Guatemala.
(2015) Muni Guate. Consulta. Consulta 7 de
Octubre de 2015 de www.muniguate.com

Núñez, F. (2014) Significados del Color. Consulta
3 de Octubre de 2015 de [http://aprendizajeyvida.
com/2014/02/24/el-color-verde/](http://aprendizajeyvida.com/2014/02/24/el-color-verde/)

Serrats, M. (2006) Metodología del diseño.
Barcelona, España: Maomoa publications.

Samara, T. (2008) Los elementos del diseño; Manual de
estilo para diseñadores gráficos. Barcelona:
Editorial Gustavo Gili.

Significados (2015), significado del color verde.
Consulta el 3 de noviembre 2015 de [http://
significadosdeloscolores.info/significado-del-color-
verde/](http://significadosdeloscolores.info/significado-del-color-verde/)

SoyEntrepreneur (2013) Tips al diseñar uniformes
corporativos. Consulta 2 de noviembre de 2015 de
[http://www.soyentrepreneur.com/13134-usa-el-
uniforme-como-herramienta-de-marketing.html](http://www.soyentrepreneur.com/13134-usa-el-uniforme-como-herramienta-de-marketing.html)

Universidad La Salle (2015) Manual de Identidad.
Consulta7 de Octubre de 2015 de [http://www.
lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/bf8cddb4-c61b-
4c66-8ee4-163c5cfcfa42/Manual+de+Marca_
Universidad+de+La+Salle+04.
pdf?MOD=AJPERES](http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/bf8cddb4-c61b-4c66-8ee4-163c5cfcfa42/Manual+de+Marca_Universidad+de+La+Salle+04.pdf?MOD=AJPERES)

Villafane, J. (2008) La gestión profesional de la imagen
corporativa. Madrid, España:Ediciones Porámide

Wong, W. (2007). Principio de Diseño. (2ª. Ed.)
Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.



10

ANEXOS



En los anexos encontraremos una los instrumentos utilizados durante la investigación as cuales estará conformado con las cuestionarios de entrevista y de encuestas de los sujetos de estudio.

Anexo 1: Cuestionarios de entrevista Álvaro Arzú

Anexo 2: Cuestionarios de entrevista María José Salas

Anexo 3: Cuestionarios de entrevista Paola Recinos

Anexo 4: Encuesta a 100 hombres y mujeres con un rango de edad de 18 a 60 años que viven en las diferentes zonas de la ciudad y municipios aledaños.

ANEXO

1

Cuestionario de entrevista
Álvaro Arzú
Alcalde de la Ciudad

¿Cómo surgió la idea del cambio de imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala?

¿Cómo fue el proceso de selección del color verde Muni?

¿Qué criterio se tomó para la selección del Pantone 375c?

¿Hay alguna otra Municipalidad que utilice un color o este mismo Pantone 375c?

¿Quiénes conformaron el equipo de selección del color?

¿Hay alguna relación con el uso del color verde y el partido al que pertenecía?

¿Cómo Alcalde de la Ciudad como tomó la decisión del uso verde y no un azul como el de la bandera de Guatemala?

¿Qué problemas surgieron en el momento de aplicación del color Pantone 375c?

¿Qué impacto tuvo el color en los primeros años de uso?

¿Por qué los agentes de policía usan un color amarillo y no el verde?

¿Qué aciertos y desaciertos a su criterio tiene el Pantone 375 como color institucional de la Municipalidad de Guatemala?



ANEXO 2

Cuestionario de entrevista
María José Salas
Ex directora de Comunicación social

¿Desde el momento en que le solicitaron el uso de un color le pidieron opciones o fue solicitado el verde?

¿Antes del color verde ya se utilizaba otro color?

¿Qué opciones de colores se presentaron junto con el color verde?

¿Quién tomó la decisión final del uso del color y porque?

¿En qué lugares y piezas se utiliza el color verde?

¿Cómo es el proceso de uso del color verde en los diferentes materiales?

¿Existe algún manual de uso del color e imagen de la Municipalidad de Guatemala?

¿Cómo los empleados municipales se sienten identificados con el color verde?

¿Qué aciertos y desaciertos a su criterio tiene el Pantone 375 como color institucional de la Municipalidad e Guatemala?



Cuestionario de entrevista

Paola Recinos

Diseñadora Gráfica Municipalidad de Guatemala

¿Cómo fue el proceso de selección de las propuestas de colores para la Municipalidad de Guatemala?

¿Qué criterio y referencias se utilizaron para los colores que se presentaron como propuestas?

¿Qué criterio se utilizó para el uso del color Pantone 375 C y no otro Pantone?

¿Qué significado o razón se utilizó para la selección del color?

¿Se realizó algún focus group para evaluar el uso del color? Y qué resultado obtuvo?

¿Como la imagen institucional integro el color verde junto con el escudo municipal?

¿Existe otro color que acompañe el color verde?

¿Qué aciertos y desaciertos a su criterio tiene el Pantone 375 como color institucional de la Municipalidad e Guatemala?



ANEXO

4

Encuesta

Como parte del Proyecto de Investigación de Portafolio de Graduación, de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar se solicita su apoyo en contestar las siguientes preguntas, las cuales permitirán desarrollar dicho estudio.

1. Género: masculino femenino
2. Rango de edad: 18 a 25 años 25 a 40 años
 40 a 60 años
3. Escolaridad: Primaria Básicos
 Diversificado Universitario
4. Zona en la que vive: _____
5. ¿Si usted va caminando en la calle y ve a un trabajador con un chaleco de color verde limón a que institución del gobierno lo ubicaría?
 Gobierno Central Municipalidad de Guatemala
 RENAP Policía Nacional Civil

6. Si ve una pared pintada de verde limón ¿a qué marca le recuerda más? Numerar por orden de preferencia 1 lo más importante

Municipalidad de Guatemala Movistar Cemaco
 Promerica

7. Cambiaría el color verde de la Muni? Sí No

7.1 Si su respuesta es SI ¿por qué?

Aburrido Es molesto No le gusta
 Fuera de moda

7.2 Si respondió sí ¿por cuál color lo cambiaría? Si no pasar a la pregunta 8.

Amarillo Azul Rojo
 Celeste otro

8. Al ver el color verde Muni ¿qué refleja? Numerar por orden de preferencia 1 lo más importante

Orden Limpieza Acción
 Autoridad seguridad Trabajo

9. ¿En qué han visto aplicado el color?

PMT Papelería Muni Transmetro
 Rótulo en la calle



La finalidad de esta encuesta es evaluar el grado de aceptación y recordatorio del color verde de la Municipalidad de Guatemala. ¡Muchas gracias por su apoyo!

Grupo objetivo: personas adultas entre 18 y 60, de ambos sexos, que viven en Ciudad de Guatemala. Sondeo con muestra aleatoria en universidad, paseo de la sexta y colonias cerradas.

